製品安全に関する流通事業者向け
ガイドの解説

平成２５年７月

経済産業省

目次

序章

Ⅰ．安全原則

Ⅱ．共通指針

巻末

序章

１．目的

ガイドの目的は、流通事業者の製品安全に関する自主的な取組を促進し、より安全・安心な社会を構築することです。流通事業者は、製品安全関連法令等の遵守に加え、ガイド及びガイドの解説を参考に、製品安全に関する自主的な取組を推進することが期待されています。ガイドにおいて、法令に定めがない部分について遵守義務はありませんが、流通事業者が製品安全における社会的責任を果たすための一助となることを意図しています。

２．対象とする製品・流通事業者の範囲

（１）消費生活用製品の新規完成品を対象としています。

（２）消費生活用製品を日本国内で消費者に直接販売している小売事業者を対象としていますが、当該製品を取り扱う卸売事業者も参考にできる内容となっています。また、大手事業者だけでなく中堅・中小事業者も対象としています。

３．ガイド及びガイドの解説の概要

ガイドは、「安全原則」と「共通指針」からなり、２～３行の**「主文」**と、主文の考え方を説明した**「基本的な考え方」**で構成されています。これに加えて、ガイドの解説においては、ガイドの実務的な**「解説」**と**「例示」**、流通事業者が実施している具体的な**「取組事例」**を記載しています。また、ガイドとガイドの解説は、国際規格であるISO10377「製品安全ガイドライン」[1]及びISO10393「製品リコールガイドライン」[2]に準じた内容となっています。

４．ガイドの体系と活用方法

ガイドは、流通事業者が製品安全に取り組むための手引きとして活用されることを想定しています。ガイドの体系と安全原則、共通指針、個別指針の関係は、以下のとおりです。

「安全原則」は、全ての流通事業者が製品の安全を確保する上で認識すべき「基本方針（製品安全における流通事業者の社会的責任）」と、基本方針を実現するために全ての流通事業者が実施すべき５つの「行動原則」を示しています。

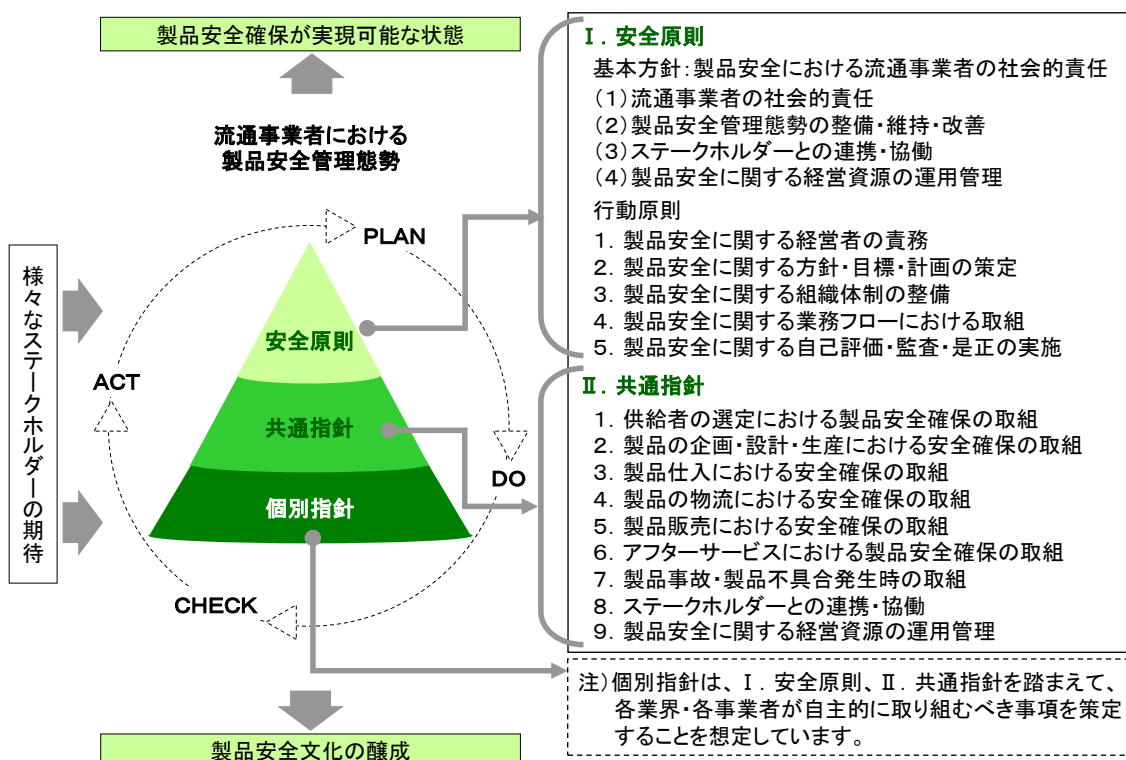
「共通指針」は、安全原則を実現するために必要な具体的な製品安全の取組を業務フローのプロセスごとに示してします。共通指針には、ナショナルブランド（以下「ＮＢ製

[1] ISO10377「消費者製品安全―供給者のためのガイドライン」（「製品安全ガイドライン」と略称）
[2] ISO10393「消費者製品リコール―供給者のためのガイドライン」（「製品リコールガイドライン」と略称）

品」とする）・ローカルブランド（以下「ＬＢ製品」とする）と呼ばれる製品を供給者から仕入れて、消費者に販売する一般的な流通事業者が取り組むべき事項に加え、自らのブランドでプライベートブランド（以下「ＰＢ製品」とする）を展開するなど、主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者が取り組むべき事項も記載しています。当然のことながら、ＮＢ製品・ＬＢ製品とＰＢ製品では、流通事業者が取り組むべき製品安全の内容は異なり、流通事業者と製品の供給者（製造事業者・輸入事業者・製造委託事業者等）との製品安全に関する責任範囲も異なります。

なお、共通指針は、多種多様な流通事業者の製品安全の取組事例を収集分析し、共通則を抽出したものですが、流通事業者の取組をすべて網羅したものではありません。

「個別指針」は、ガイド及びガイドの解説を参考に、各業界、各事業者が自主的に策定する製品安全に関する業界指針やガイドライン等を想定しています。各業界団体は、それぞれの業界の特色を踏まえた上で、業界としての製品安全の取組を業界の個別指針として策定し、流通事業者の取組を支援することが望まれます。また、流通事業者は、販売形態・取扱製品の種類、事業規模、ビジネスモデルなどの特性を勘案し、ガイドの安全原則を踏まえた上で、共通指針の中から自社の製品安全の確保に必要な取組を取捨選択・追加して、自社の個別指針を策定することが望まれます。

図１　ガイドの体系と流通事業者における製品安全管理態勢

Ⅰ．安全原則

【基本方針】

製品安全における流通事業者の社会的責任

流通事業者は、安全・安心な社会を実現するため、消費者重視の経営理念に基づき、製品の安全確保が自らの社会的責任であることを認識した上で、製品安全管理態勢の整備・維持・改善、ステークホルダーとの連携・協働、経営資源の運用管理を行い、製品事故の未然防止・被害の拡大防止に努め、製品安全文化の醸成を図る必要があります。

（１）流通事業者の社会的責任

［基本的な考え方］

流通事業者は、安全･安心な社会の実現に向けて、流通事業者の社会的責任を十分に認識した上で、安全性が確保された製品を消費者に流通・販売することが求められています。このため、流通事業者は、製品安全に関する法令を遵守し、製品事故の未然防止に努めるとともに、製品事故等が発生した場合には、迅速かつ適切に判断・行動して被害の拡大防止を図る必要があります。

〔製品安全における流通事業者の社会的責任の具体的な例示〕

- ✓ 消費者の期待を踏まえて製品の安全確保に努めること
- ✓ 製品安全に関する法令等を遵守した上でさらにリスクの低減を図ること
- ✓ 製品事故等の未然防止に努めること
- ✓ 製品事故等の有事の際に迅速かつ適切に判断･行動して被害の拡大防止を図ること
- ✓ サプライチェーン全体で製品の安全確保に取り組むため、消費者を含むステークホルダーとのコミュニケーションの充実化を図り信頼関係を醸成すること
- ✓ 将来的な社会の安全性や高齢者・障がい者等にも配慮すること
- ✓ 消費者からの問い合わせ・相談・苦情等の解決のために適切な手段を提供すること

［解説］

リスク（危険性）がゼロの状態は「絶対安全」と定義されますが、リスクがゼロの製品はありません。このため、安全な製品といった場合の「安全」とは、“製品に残留するリスクを社会的に許容されるレベルまで低減させた状態”と定義されます。

流通事業者は、製品の安全を確保するため、製品安全に関する法令を遵守することに加え、上記の「基本的な考え方」で示した社会的責任を十分に認識した上で、安全

な製品を市場に流通、販売することが求められています。このため、流通事業者は、サプライチェーンを構成する様々な事業者と連携して、製品の設計・開発から販売・アフターサービスに至るまでの業務プロセス全般を通じて、製品のリスクを低減させるための取組を実施し、製品事故の未然防止に努める必要があります。また、製品事故等の有事の際には、迅速かつ適切に判断・行動して被害の拡大防止を図る必要があります。

なお、国際規格となる ISO26000（社会的責任に関する手引き）では、企業の社会的責任が定義されており、製品を取り扱う事業者には、製品安全を実現していく社会的責任があり、製品事故等の有事の際には、迅速かつ適切に行動して被害の拡大防止を図ることが求められています。また、消費者を含むステークホルダー（利害関係者）とのコミュニケーションを強化して信頼関係を構築することが求められています。

（２）製品安全管理態勢の整備・維持・改善

［基本的な考え方］

製品安全管理態勢は、“事業者が製品安全に関する方針・目標・組織体制、仕組み・ルール・基準等を定め、適切な取組・運用管理・啓発等が実施され、製品安全確保が実現可能な状態にあること”と定義され、図１（P5）のとおり、「安全原則」における行動原則と「共通指針」を内包した概念です。流通事業者は、様々なステークホルダーの期待に配慮しつつ、製品安全管理態勢を整備・維持し、ＰＤＣＡ（PLAN-DO-CHECK-ACT）サイクルの運用により継続的な改善を図り、製品安全文化を醸成して製品の安全確保に努める必要があります。

［解説］

流通事業者は、自社の態勢を製品の安全確保が実現可能な状態とする必要があります。前述した社会的責任を踏まえ、製品安全管理態勢の整備・維持・改善するという基本原則を実現するため、５つの「行動原則」（①経営者の責務、②製品安全方針・目標・計画の策定、③組織体制の整備、④業務フローにおける取組と役割権限の明確化、⑤自己評価・監査・是正の実施）と、「共通指針」における具体的な取組を推進する必要があります。また、自社だけでなくグループ会社を含め、包括的に管理態勢を整備することが望まれます。

製品安全管理態勢を効果的に維持・改善していくためには、ＰＤＣＡサイクルによる適切なマネジメントシステムを構築し、その運用を通じて継続的にパフォーマンスを発揮できるよう自社の態勢を改善していく必要があります[3]。また、製品の安全確保を推進していくためには、経営者をはじめ役員、従業員が様々な意思決定を行う必要があり

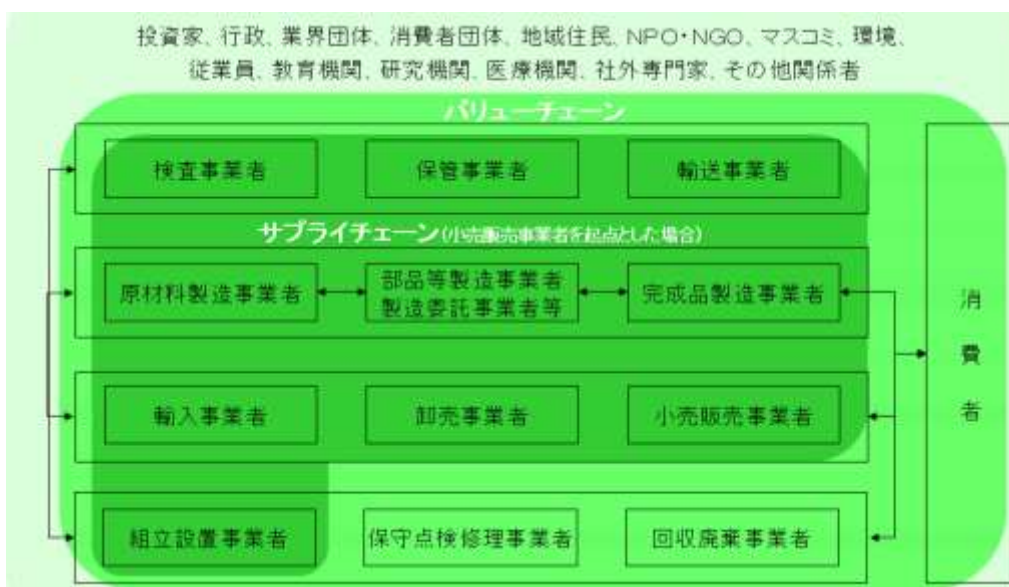
[3] ISO10377「製品安全ガイドライン」（以下「ISO10377」という）の 3.2 及び 3.3 には、組織内外における製品安全文化の振興が記載されています。

ます。こうした意思決定は、企業風土や文化の影響を受けることから、製品安全に関する適切な意思決定を行うため、製品安全文化の醸成を図る必要があります。

（３）ステークホルダーとの連携・協働

［基本的な考え方］

流通事業者は、様々なステークホルダーの期待と役割を認識し、サプライチェーン全体で製品安全の確保に取り組むため、ステークホルダーとのコミュニケーションの充実化を図り、信頼関係を醸成する必要があります[4]。

図2 様々なステークホルダー

（４）　製品安全に関する経営資源の運用管理

［基本的な考え方］

経営資源とは、流通事業者が製品安全の実現に向けた取組を実施するために不可欠なもので、人的資源、情報資源、物的資源、金銭的資源等をいいます。流通事業者は、製品の安全を確保するため経営資源を適時適切に投入する必要があります。

---

[4] ISO10377 の 3.3（組織外に対する製品安全文化の振興）には、サプライチェーンにわたって製品安全文化を振興することが望ましい旨が記載されています。

【行動原則】

１．製品安全に関する経営者の責務

経営者は、安全・安心な社会を実現するという企業の社会的責任を踏まえ、経営者の責務を認識した上で、製品の安全確保に努める必要があります。

［基本的な考え方］

流通事業者が製品安全を実現するためには、ステークホルダーとの連携・協働、経営資源の適切な運用管理、製品安全方針・目標・計画の策定、製品安全を確保するための組織体制の整備など、経営全般にわたる様々な意思決定が求められます。

経営者は、リーダーシップを発揮し、全役職員が能動的に製品安全に取り組むよう統制を図り、製品安全を重んじる企業文化・風土を醸成することが重要です。また、経営資源の配分を含め、自社の製品安全管理態勢を整備・維持・改善し、製品事故・リコール等の有事の際には、迅速かつ適切な判断を行う必要があります。

［解説］

経営者は、事業活動において最も優先すべき事項の一つが消費者の安全確保であることを認識し、率先して自社の製品安全活動に取り組むとともに、経営者が製品安全を重視する姿勢を社内外に宣言します。また、経営者は、自社の製品安全管理態勢を維持・改善するため、自己評価・内部監査を実施して、自社の取組の妥当性を評価するとともに、製品事故・リコール等の有事を想定して、危機管理対応態勢を整備し、全役職員の危機管理能力の向上を図ります。

［製品安全における経営者の責務の例示］

- ✓ 経営者は、事業活動において最も優先すべき事項の一つが消費者の安全確保であることを認識すること
- ✓ 経営者は、自社の製品安全方針・目標を全従業員に共有させ、能動的に製品安全に取り組むよう統制すること
- ✓ 経営者は、自社の製品安全管理態勢の整備・維持・改善に努め、経営資源の配分を含め、定期的に妥当性を評価すること
- ✓ 経営者は、危機管理対応態勢を整備し、有事の際は自らリーダーシップを発揮して、迅速かつ適切に判断・行動すること
- ✓ 経営者は、全従業員が製品安全を重んじる企業文化・風土を醸成すること

事業規模が小さい事業者は、投入できる経営資源（人・物・金・情報等）に制約があります。また、外部環境の変化の影響を受け、一時的に投入できる経営資源が確保できない場合もあります。しかしながら、取り扱う製品に重大製品事故やリコール等が発生した場合、経営に与える影響は甚大であることから、経営資源の制約を理由に、製品安

全の取組をおろそかにはできません。このため、中小企業の経営者は、以下の点に留意して製品の安全確保に取り組む必要があります。

［中小企業経営者の留意点］

- ✓ 製品安全に関する法令を理解して義務・責務を果たすこと。
- ✓ 事業規模や売上高と求められる製品安全レベルは比例しないこと（事業規模等が小さい事業者も、規模が大きい事業者も取り扱う製品のリスクは同じです）。
- ✓ 事業規模が小さく財政基盤が弱い企業ほど、製品事故等の発生時に経営に与えるダメージは大きいこと（取引停止、損害賠償、製品回収費用等による財務的影響は、規模が小さいほど甚大です）。
- ✓ 従業員が少ない場合、特定領域の専門性だけでなく、製品安全の全体像を理解する人材を育成すること。
- ✓ 経営努力や創意工夫により、事業規模が小さいゆえに、機動性・即応性の高い取組が可能であること。

［経営者の取組事例］

- ➢ 歴代の社長が、先進的な考え方を経営に取り入れる気風があり、また、業界団体の活動にも積極的に取り組んでいて、それらが社員の行動に反映される社風となっている。［中小小売業］
- ➢ お客様の安心・安全が第一という考えの下、対外的に社長が発言したことは、実行しなければならないという価値観が社員に浸透している。［中小家電］
- ➢ 経営トップが抜き打ちで販売拠点を毎週巡回し、訪問時に気付いた点は、本社の責任部門・責任者経由で販売店の責任者に伝達される。［家電量販］
- ➢ 重大製品事故等の場合は、社内自主行動基準に従い社長、役員に報告し、消費生活用製品安全法に基づき監督官庁やNITEに速やかに報告している。［総合スーパー］
- ➢ 重大製品事故情報については、緊急レポートラインにより社長、経営幹部を含む対策メンバーに共有する。緊急レポートラインは、夜間・土日祝日も例外なく対応できる体制を整備している。［通信販売］

２．製品安全に関する方針・目標・計画の策定

流通事業者は、自社の経営理念を踏まえた上で、製品安全方針を定め、製品安全方針を実現するための目標・計画を設定する必要があります。

［基本的な考え方］

流通事業者は、自社の経営理念を踏まえた上で、製品安全方針（製品安全に関する自主行動計画等）を定めて明文化し、社内外に宣言するとともに、全役職員に製品安全方針の周知徹底を図るなど、積極的に製品安全の確保に取り組む必要があります。また、製品安全方針を具現化するため、可能な限り定量的な目標を設定し、目標達成のための具体的な取組計画を策定して進捗状況を適切に管理します。

［解説］

(1)製品安全方針の策定

製品安全方針（以下「方針」という）は、自社の経営理念・社是・創業の精神等を踏まえて策定する必要があります。また、策定した方針は、必要に応じて企業行動憲章や職員行動規範などに反映させます。策定した方針を推進していくためには、経営者が方針を自らの言葉として全役職員に発して周知するなど、トップダウンでの取組が不可欠です。

［製品安全方針の事例①］

身の回りの製品の取り扱い方針および基本的な考え方［通信販売］

身の回りの製品の取り扱いに関する基本方針・考え方を下記のように定める。

＜方針1＞

〇〇の使命である「安全・安心」確保を目指して、商品品質に対するリスクコントロールを強化する。

リスク対応策を「回避」「防止」「軽減」「分散」の考え方で整理し、商品取り扱い方針を定める。

消費者に責任をもって薦められる商品以外は取り扱わない。

責任をもって薦められる商品とは、以下の点をもって判定する。

・「安全安心の確保」を目指して作られている「非食品関連基準」が守られている商品であること。
・法令を遵守している商品であること。
・消費者が「その商品に期待している価値」に対応できている商品であること。
・販売責任者として間違いない表示・表現となっていること。

[製品安全方針の事例②]

自社ウェブサイト上に“商品安全ポリシー”を開示し、製品の安全確保に関する具体的な取り組みを“安心・安全５つの活動”として紹介している。[通信販売]

「商品安全ポリシー」

一人ひとりの「よく生きる」に寄り添い
支援したいと願う私たち〇〇にとって、
「安心・安全」は欠かすことのできない重要な観点です。
私たちが送りだす年間数万点にのぼる商品も、
ひとたびみなさまのご家族に届けば使用されるシーンはさまざま。
想定外の環境に置かれたり、お子さまが思いもよらない遊び方をしたりと、
商品が人体や環境に及ぼす影響もまた、さまざまです。

だから私たちは、「安心・安全」を謳うとき、
業界基準や法令への対応だけで満足すべきではないと考えます。
お客さまの声を伺い、最新の事例に目を配り、
危険な状態が、なぜ、どのように発生するかを検証しながら、
個々の商品に必要な基準を自らつくり続ける。
私たちにとって「安心・安全」は、創造的で、絶え間ない、
お客さまへの責任をともなう活動です。

商品を手にするとき、使うとき、そこに不安や危険がないように。
それが実現して初めて、私たちが提供したいほんとうの価値も
受け取っていただけると思うからです。

株式会社〇〇　代表取締役社長　〇〇

「安心・安全５つの活動」

１．原材料の把握を徹底します
２．環境や人体によくない物質を制限します
３．使用シーンを想像し事故の防止につとめます
４．第三者チェックも行ないます
５．〇〇、関係各社が一体で改善に取り組みます

[製品安全に関する自主行動計画の事例]

〇〇グループ　製品安全自主行動指針

当社およびグループ各社は、お客様に安全な製品を販売し、安全に稼働する修理・設置工事を実施することにより、安心・安全な社会を構築することが我々の社会的責任であることを深く認識し、当社グループ行動宣言に則り、以下のとおり製品安全に関する自主行動指針を定め、誠実かつ積極的に製品安全の確保に取り組んでまいります。

1. お客様に安心してご使用いただける製品の提供及び修理・設置工事に努めます。

高性能かつ安価な製品の販売を追求するだけでなく、お客様が安心してご使用いただける製品やサービスをご提供することが当社の社会的責任であると深く認識し、快適かつ安全・安心な社会の構築に貢献いたします。

2. 製品事故等の情報を速やかに収集し、お客様にご提供いたします。

製品事故等（欠陥、不具合、類似製品の事故）が発生した場合、お客様、製造事業者、輸入事業者、修理・設置事業者等から積極的に情報を収集し社内共有するとともに、速やかに情報をお客様、製造事業者、輸入事業者、修理・設置事業者等に提供いたします。　これにより、被害の拡大を防ぎ、事故再発の防止、原因究明に貢献いたします。

3. 製品事故等の報告体制、製品回収体制を整備いたします。

万が一、ご提供した製品によって、お客様に危害を及ぼすおそれのある事が発覚した場合等、事故の発生及び拡大を阻止するべく、必要があれば自主的に行政等の関連機関にも報告するなど、製造事業者、輸入事業者による迅速かつ的確なリコール（製品回収）等が行われるよう積極的に協力し、お客様の安全確保を最優先に行動いたします。

4. 製品の正しい使い方の周知、啓発に努めます。

製品の誤使用による事故の発生や被害拡大を未然に防止するため、製品の正しい使い方の周知・啓発活動を積極的に推進いたします。

5. リスク管理体制を整備し、製品安全体制の維持・向上を図ります。

製品安全確保のためのリスク管理体制を整備し、製品安全に関する社内外からの情報に迅速かつ的確に対応できる組織体制および従業員教育体制を充実させてまいります。

また、定期的に社内モニタリングを実施するなど、社内体制の維持・向上に努めます。

6. 経営の基本方針に「お客様重視」「製品安全の確保」を掲げ、実行いたします。

これらの基本方針を当社の全従業員に徹底するため、経営の基本方針に「お客様重視」「製品安全の確保」を掲げ、製品安全管理とコンプライアンスの遵守に努めます。

〇〇 株 式 会 社
取締役社長　〇〇　〇〇
平成〇〇年〇月〇日制定

[家電量販]

(2)製品安全目標の設定

方針を具現化するため、中期及び短期の製品安全目標（以下「目標」という）を設定します。目標の設定あたっては、自社の現状を認識し、合理的な根拠に基づき適正なレベルの目標を可能な限り定量的に設定します。そして全役職員が目標を共有し、目標の達成状況を適切に管理します。また、目標の達成を業績評価に連動させるなど従業員のモチベーションの向上につなげる仕組みを整備することが効果的です。

［製品安全目標設定の例示］
- ✓ 当社販売製品による重大製品事故ゼロ件
- ✓ 安全性に関する苦情〇％減
- ✓ 製品群別製品安全調達基準の遵守
- ✓ トレーサビリティの向上（会員登録率〇％増）
- ✓ 社内資格取得者〇％増加
- ✓ 取引先との情報交換会開催年間〇回以上　等

［製品安全目標の設定の事例］

- ➢ 製品安全目標を設定し、社内各部は、毎月、目標達成の進捗状況について社長・役員に報告している。［家具・インテリア量販］
- ➢ 「保安の安全を期す」「供給の安定を期す」「サービスの徹底を期す」を全社員に周知するとともに、毎年、経営者と部門の責任者が単年度、中期、長期の経営方針・目標を策定し、「経営方針発表会」において全社員に周知する。［中小小売業］
- ➢ 品質管理部のミッションや年度の重点目標を定め、各個人の目標設定にブレイクダウンして成果貢献評価を実施している。［テレビ通信販売］
- ➢ コンプライス委員会に提案する案件をゼロにすることを目標に、各部門が商品事故ゼロ、顧客苦情ゼロなどの目標を掲げている。［百貨店］

(3)製品安全取組計画の作成

目標を達成するための具体的な取組計画を作成します。全社的な取組計画を作成し、その計画を各部門・各課、各店舗、各人にブレイクダウンして、個々人が取り組むべき内容を明らかにします。すなわち、各人が計画に従って目標を達成すれば、全社の目標・が達成されるという仕組みを整備することにより、各部門、各人の役割を明確化します。

なお、中小事業者においては、経営者と従業員の関係が緊密であるため、経営者に確固たる意思があれば、自社の製品安全方針・目標・計画を容易に社内に浸透させることが可能です。

〔製品安全目標達成のための年間計画の例示〕

目標（例）	活動（例）	1Q	2Q	3Q	4Q
1．当社販売製品による重大製品事故ゼロ件	過去の自社/他社製品での重大事故事の原因・対策整理	→			
	製品のリスクアセスメント結果の見直し	→			
	関連法令・規格情報が更新されていることの確認	→			
	社内の製品安全要求事項・製品安全基準の見直しと改善案作成		→		
	改善案の技術的実現性・経済的妥当性の確認と試行		→	→	
	改善案の自社および取引先への適用			→	→
	市場の監視、効果確認、是正措置				→
2．安全性に関する苦情○%減	過去の苦情分析（内容別、製品別、使用者別等）	→			
	改善すべき製品の選択	→			
	該当製品のリスクアセスメントとリスク低減策検討		→		
	対策実施		→		
	市場監視、効果確認、是正措置			→	→
3．製品群別製品安全調達基準の遵守	過去の調達品の不適合事例整理	→			
	過去の供給者に対する監査結果と是正措置の整理	→			
	調達基準の見直し、適用		→		
	社内および供給者における遵守の確認、運用改善		→	→	→
4．トレーサビリティの向上 （会員登録率○%増）	現行の情報管理ツールの実績・有効性の検証	→			
	現行管理ツールの廃棄・維持・改善の決定	→			
	要改善ツールの改善案と廃棄ツールの代替ツールの開発・試行		→		
	市場監視、効果確認、是正措置			→	→
5．社内資格取得者○%増加	資格の種類ごとに取得者と未取得者の確認	→			
	資格の有効性の検証、内容変更、新資格設定	→			
	資格取得を妨げている要因の調査と改善	→			
	新資格制度と対象者、資格取得の目標設定の発表・実施		→		
	資格取得者へのヒアリング等により効果確認、是正措置			→	→
6．取引先との情報交換会開催年間○回以上	過去の情報交換会の内容と参加企業の傾向調査	→			
	対象企業の要望（必要な情報、参加支障要因）調査、改善	→			
	年間スケジュール策定と情報交換会の実施	→	→	→	→
	アンケート集計分析、改善案の検討		→	→	→

３．製品安全に関する組織体制の整備

流通事業者は、組織の役割と権限を明確化し、自社の製品安全に関する組織体制を整備する必要があります。

［基本的な考え方］

流通事業者は、自社の製品安全方針・目標・計画を実現するため、自社の製品安全に関する組織体制を整備する必要があります。業種、事業規模、ビジネスモデル等により、あるべき組織体制は異なりますが、全社レベルで製品安全の取組を推進するため、製品安全の取組を統括する組織を設けるなど、効果的・効率的に組織体制を整備することが望まれます。また、外部環境や内部環境の変化を踏まえ、常に組織のあり方を検証し、見直していく必要があります。

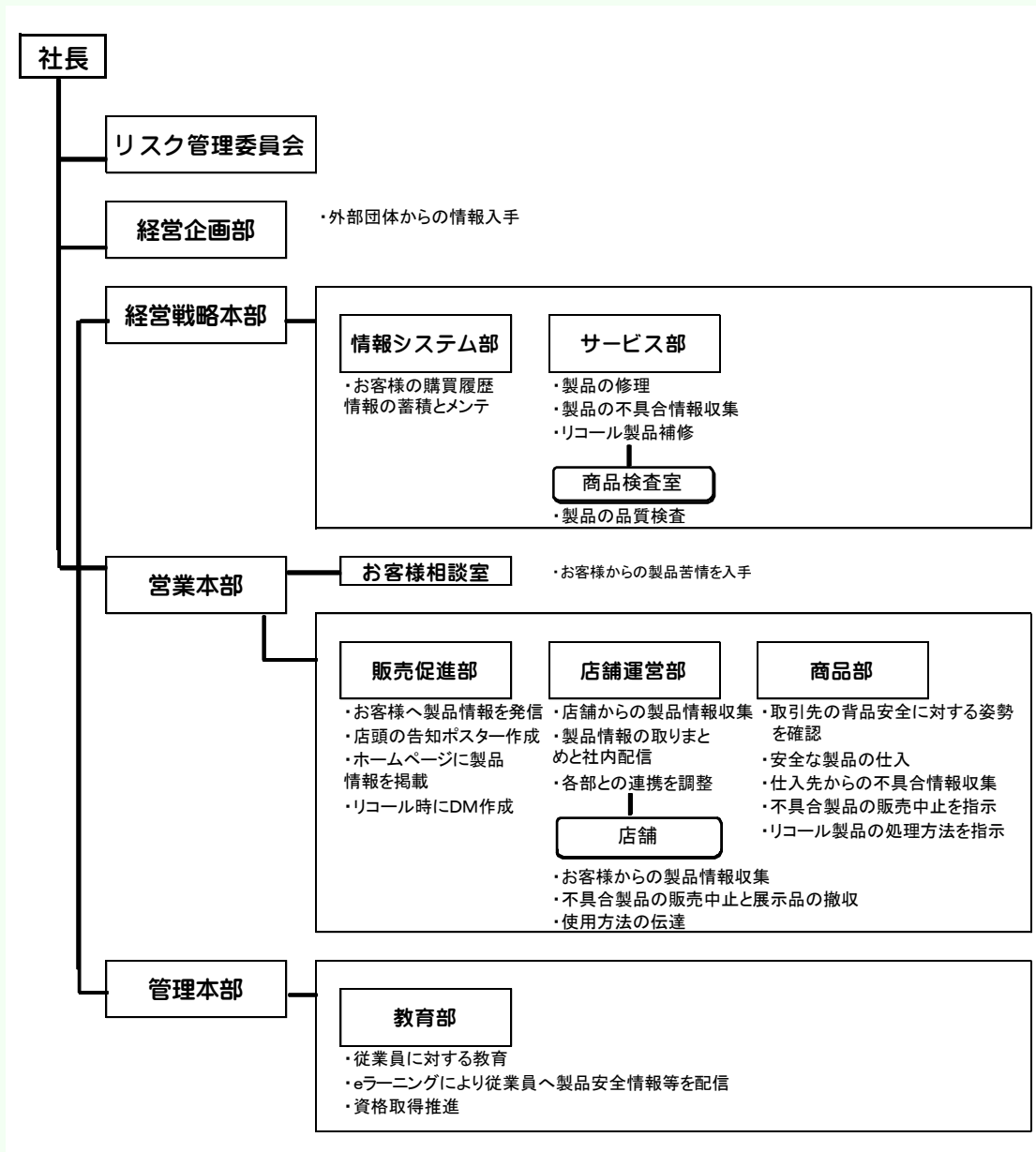
［解説］

製品安全に関する取組は、業務の効率性を確保しつつ、着実に成果を出すことが求められます。このため、流通事業者は、自社の製品安全方針・目標・計画を踏まえ、自社の取組に必要な機能や経営資源を明らかにした上で、社外専門家や業務のアウトソーシング等の外部資源の活用も視野に入れつつ、製品の安全確保を効率的に推進できる体制を整備します。

業種、事業規模、ビジネスモデル等により、あるべき組織体制は異なりますが、一般に事業プロセス単位で細分化した組織では連携不足により安全確保が疎かになることが懸念され、製品群単位で分化した組織では有益な取組が他の製品群で活かされないことが懸念されます。このため、組織体制の整備あたっては、組織を横断する意思決定メカニズムが明確となっていることが重要です。例えば、製品安全を統括する社長直轄のコンプライアンス委員会や製品安全・品質管理委員会などを設置し、その下に製品安全・品質管理部門を置いて、事業部門や製品群を横断的に管理している事業者や、第三者的な独立した立場から全社横断的に製品安全を推進する権限を持つ組織を設置している事業者もあります。

事業規模が小さく、従業員も少ない中小事業者に、大企業と同様の組織体制の整備を求めるのは現実的ではありません。しかしながら、事業規模が小さいことを理由に、適切な供給者の評価・選定や、販売時の製品安全情報の提供、製品事故・不具合発生時の対応等の取組をおろそかにはできません。このため、中小事業者は、自社の販売形態、取り扱う製品の特性を踏まえ、自社の製品安全の取組に必要な機能、管理点を明確にした上で、その機能を発揮するために必要な社内体制を構築する必要があります。

［組織体制図の事例］

➢ お客様や仕入先からの製品に対する情報を収集する部署、仕入段階で安全性を確認する部署、製品の安全情報を発信する部署、リコール時に速やかな対応等、担当の各部署が役割を認識し、常に製品安全の認識を持って行動している。［家電量販］

➢ 全社横断的な権限を持ち、第三者的な立場から商品・サービスの安心・安全を推進する部署として商品安全審査センターを設置している。また、各事業部は、安全担当を設置し、商品安全審査センターと適宜連携して商品安全推進活動を実施している。［通信販売］

➢ 社長直轄のコンプライアンス室を設置し、その傘下に製品安全を担当するお客様相談、品質管理を置いている。（平成 25 年 2 月現在）［総合スーパー］

流通事業者は、組織体制を整備し、製品安全の確保に必要な以下の取組を適切に実施できる体制を整備します。

［体制整備の例示］

- ✓ 製品安全に関する法令を遵守するための体制整備
- ✓ 製品区分や製品リスク特性に応じた製品安全管理体制の整備
- ✓ 供給者の選定・監査等を行うための体制整備
- ✓ 消費者に製品安全情報を発信するための体制整備
- ✓ 消費者の問い合わせ等に対応するための体制整備
- ✓ 収集した情報を社内外で共有し活用するための体制整備
- ✓ 製品事故・リコール等の発生時に迅速かつ適切に対応できる体制の整備　等

なお、過去の重大製品事故やリコール等の経験を踏まえて、製品安全対策、組織体制を整備した事業者も多く、過去の失敗から自社に必要な組織のあり方を検証し、また、定期的な自己評価や内部監査によって発見した是正事項等を踏まえ、常に組織機能を最適な方向に見直していくという視点が大切です。

［過去の経験から体制を再構築した事例］

- ➢ ＮＢ製品で大規模なリコールを経験し大きな損失を被った。製品はＪＩＳ規格に適合し第三者機関の検査にも合格したものであったが、この事件以降、あらためて製品の安全性は他人任せにせず、自社で確認することの重要性を認識し、自社の製品安全管理体制を再構築した。［家具・インテリア量販］
- ➢ 市場の商品事故やリコールが頻発する状況をきっかけに、消費者の期待に応えることが社会的責任であることを再認識し、自社で審議し、体制を整備（品質管理部門、広告表示の審査部門、販売商品情報の管理部門、社内業務監査部門、リスクマネジメント担当部門、問合せ・アフターサービス担当部門の設置）した。［テレビ通信販売］

4．製品安全に関する業務フローにおける取組

流通事業者は、業務フローの各プロセスにおける製品安全を確保する取組と役割権限を明確化する必要があります。

［基本的な考え方］

流通事業者は、製品供給者の選定から、製品の企画・設計・製造、仕入、物流、販売、アフターサービスに至る業務フローの各プロセスにおいて、製品の安全確保のために重要な管理点を特定し、実施すべき取組と役割権限を明確化します。

また、製品事故等に備えて、様々なステークホルダーとの連携・協働により、各プロセスにおけるトレーサビリティ（追跡可能性）を高めることが重要です。トレーサビリティの確保は、不具合製品の市場への流出を未然に防ぐ効果があるとともに、製品事故の被害拡大の防止に有用です。

［解説］

流通事業者は、自社の業務フローの各プロセスを確認し、自社が実施すべき製品の安全を確保するための取組を明確にする必要があります（取組の要点については、II　共通指針に記載します）。

製品事故を未然防止するためには、事業者の業態や取り扱う製品に応じた適切なリスクアセスメント手法を用いて、製品の安全性に関するリスクを社会的に許容できる範囲内まで低減することが重要です。また、流通事業者は、製品事故・不具合等、リコール発生時に、販売拠点や倉庫等から対象製品を特定できるよう、可能な範囲で製品の識別情報（例えば、「入出荷記録」「製造ロット番号」「製品番号」「販売記録」等）を把握・管理することが望まれます。また、可能な範囲で顧客の購買履歴等の情報を把握して、販売後も製品を追跡できるよう情報を管理することが望まれます。顧客情報については、自社の販売形態、取り扱う製品のリスク特性、消費者とのコミュニケーションの方法や頻度等を総合的に勘案して、自社にとって最適な方法により顧客情報の把握に努めることが望まれます[5]。さらに、製品のトレーサビリティを確保できない供給者と取引しない（製品を扱わない）などの方針を示しておくことが大切です。

［トレーサビリティ確保の事例］

- 製品の記録管理を行って製造から販売までのトレース可能としている。［中小小売業］
- 製品のトレーサビリティを確保するため、梱包にシリアル番号とロット番号の明記を始めている。［家具・インテリア量販］
- 製品のトレーサビリティ確保に協力いただける事業者と取引を行う。［通信販売］

---

[5] ISO10377 の 4.5（消費者製品特定とトレーサビリティ）には、消費者レベルまでトレーサビリティを追跡すること、サプライチェーンで横断的にトレーサビリティを確保することが望ましい旨が記載されています。

[業務フローの各プロセスにおける取組]

業務フロー	取組
1 供給者の選定	1−1　製品安全要求事項と製品安全基準の策定
	1−2　供給者の評価・選定
2 企画・設計・生産	2−1　製品のリスクアセスメントの実施
	2−2　供給者の製品検査工程への関与
3 仕入	3−1　納入品の安全確認
	3−2　供給者に対する継続的な監査等の実施
4 物流	4　（仕入）物流
5 販売	5−1　製品安全情報の消費者への提供
	5−2　販売時における製品の安全確認
	5−3　顧客情報の把握・管理
	5−4　製品の設置・組立
4 物流	4　（販売）物流
6 アフターサービス	6−1　消費者からの問い合わせ・相談・苦情等への対応
	6−2　消費者情報の整理・共有・活用
	6−3　製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備
7 製品事故・不具合	7−1　製品事故・製品不具合への対応
	7−2　製品リコールへの対応
	7−3　事故原因の究明と再発防止

8　ステークホルダーとの連携・協働
9　製品安全に関する経営資源の運用管理

５．製品安全に関する自己評価・監査・是正の実施

流通事業者は、製品安全管理態勢に関する自己評価、内部監査を実施し、是正が必要な場合は、遅滞なく是正措置を講じる必要があります。

［基本的な考え方］

流通事業者は、定期的に自己評価や内部監査を実施して、自社の製品安全活動の効果や改善点を検証します。自己評価及び内部監査にあたっては、部門ごとに製品安全目標の達成状況、計画の進捗状況、規程類の遵守状況等についての確認を行って、製品安全管理態勢の運用の適切性やパフォーマンスの妥当性に関して評価を実施します。

評価・監査の結果、是正事項が発見された場合は、早期に是正措置を講じます。さらに、社外専門家など第三者による監査を実施して、内部監査では把握できない自社の課題や是正事項を発見することも有効な方法です。

［解説］

(1)自己評価の実施

製品安全目標・計画の進捗状況、規程・規則・手順書・要求事項の遵守状況、課題の達成状況等を把握・点検するため、定期的に自己評価を実施することが大切です。自己評価の方法としては、例えば、部門トップが各部門の実務担当責任者に対して聞き取り調査を実施するなど、自社のＰＤＣＡサイクルの運用上の問題点、現状と目標・計画との乖離等を明らかにします。各部門の評価結果を集約し、課題や問題点を洗い出し、それらを改善するための手法を検討します。必要に応じて、課題の解決に向け、経営資源（人、物、金）の追加投入も検討します[6]。

(2)内部監査の実施

製品安全に関する内部監査を実施するにあたっては、監査者、被監査者などの監査の当事者を明確にした上で、監査者は、監査方針や監査の仕様（監査範囲、監査基準、監査計画）、重点監査項目を決定します。また、監査のプロセス（書面監査・対面監査、経営者のレビュー等）を明確にするため、具体的な監査計画を作成します。製品安全管理態勢の統括・推進部門が監査者となる場合は、当該部門を別の監査者又は第三者による監査を行うなど客観性を担保する必要があります。監査の結果、課題や是正措置が発見された場合は、人材の配置や組織体制の見直しを含め速やかに是正措置を講じます。

[6] ISO10377 の 4.3（継続的改善）には、製品の安全について継続的改善が組織内の文化の一部として確立することが望ましく、製品安全マネジメントプランの継続的改善を実施するために構造的なアプローチ（PDCA サイクル）に従うことが望ましい旨が記載されています。

［監査プログラムの例示］

① 監査の当事者

- ✓ 監査依頼者
  経営トップ、リスク管理担当役員、製品安全・品質担当役員等
- ✓ 監査者（実施者）
  業務監査部門、品質保証部門等、監査能力を有する部署から監査人を選任し、必要に応じて製品安全の知見やノウハウを有する者を補完します。
- ✓ 被監査者
  仕入部門、製品企画開発部門、品質管理部門、販売部門、各店舗等。

② 監査の仕様

- ✓ 監査範囲
  自社の製品安全管理態勢全般を監査の範囲とします。
- ✓ 監査基準
  方針・目標・計画、規程・規則・手順書・要求事項等を監査基準とし、非監査者へのヒアリングや自己評価の記録等を基に監査を実施します。
- ✓ 監査計画
  監査方針や重点監査項目を決定し、監査計画を作成して事前に被監査者に提示します。

［自己評価、内部監査を実施している事例］

- ➢ 各事業部の安全担当を集めての商品安全推進委員会を年 4 回開催し、商品安全推進活動の現状と今後の活動予定を報告し、意見交換や改善検討を実施している。［通信販売］
- ➢ 社内に内部監査部を設置して定期的な内部監査を実施している。内部監査を通じて課題を把握した上で、各部へ改善要請を行い、改善事項の確認と定着を図っている。［テレビ通信販売］
- ➢ トラブル（製品安全を含む様々なトラブル）の原因を追究し、再発防止策を講じる社内横断的な会議体（トラブルシューティングミーティング）を設置している。［テレビ通信販売］

中小事業者や経営資源に余裕がない事業者においても、自社の製品安全の取組について定期的に自己評価を実施して、検証することが望まれます。例えば、適切な取引先から製品を仕入れているか、顧客への製品説明は十分であったか、適切に製品の点検・修理がなされたかなどを確認し、問題点があれば改善を図ることが大切です。

Ⅱ．共通指針

共通指針は、製品の安全確保に必要な流通事業者の取組の要点を業務プロセスごとに示しています。製品の企画・設計・生産への関与の度合いや、製品のリスク特性は、流通事業者によって様々です。このため、流通事業者は、自社の取扱製品・販売形態・事業規模等を勘案し、共通指針の中から取り組むべき事項を取捨選択・追加して自主的に取り組むべき事項を定める必要があります。

また、製品の供給者（製造事業者・輸入事業者・製造委託事業者[7]等）との役割と権限を明確にするため、取り扱う製品ごとにリスク評価を行い、リスクに応じて、企画・設計・生産段階における安全性確認の関与の方針を決定しておくことが重要です。

［解説］

一口で流通事業者と言っても、販売形態、取り扱う製品の種類、事業規模、ビジネスモデルは多種多様です。例えば、販売形態を大別すると、店舗販売、インターネット販売、通信販売等があり、事業規模は、全国的にチェーン展開する事業者から地域密着型の事業者まで様々です。また、ビジネスモデルも、製造・輸入・配送・販売を一貫して行う垂直統合型の事業を展開する、いわゆる“製造小売”と呼ばれる流通事業者から、国内の大手製造事業者の製品を系列販売する、いわゆる“町の電気屋さん”と呼ばれる中小事業者まで多岐にわたります。

こうした状況を踏まえ、共通指針には、ＮＢ製品[8]・ＬＢ製品[9]と呼ばれる製品を供給者から仕入れて、消費者に販売する流通事業者が取り組むべき事項に加え、自らのブランドでＰＢ製品[10]を展開するなど、主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者が取り組むべき事項も記載しています。当然のことながら、ＮＢ製品・ＬＢ製品とＰＢ製品では、流通事業者が取り組むべき製品安全の内容は異なり、流通事業者と製品の供給者との製品安全に関する責任範囲も異なります。

流通事業者が担う役割と権限を明確にするため、自社が取り扱う製品の特性や仕入先となる供給者の分析を行って、製品の企画・設計・生産段階における安全性確認の関与

---

[7] 製造事業者：自社又は自社グループ内で製品を企画・設計・開発・生産する事業者
輸入事業者：海外の製造事業者が生産した製品を輸入する事業者
製造委託事業者：流通事業者から製品の開発、設計、生産を請け負う事業者

[8] ＮＢ製品（ナショナルブランド）：日本国内市場での流通を念頭に、国内外の製造事業者が企画・生産した製品又は輸入事業者が海外から輸入した製品を、流通事業者が仕様・商標を維持した状態で調達・販売する形態の製品

[9] ＬＢ製品（ローカルブランド）：特定の商圏での流通を念頭に、国内外の製造事業者が企画・生産した製品又は輸入事業者が海外から輸入した製品を、流通事業者が仕様・商標を維持した状態で調達・販売する形態の製品

[10] ＰＢ製品（プライベートブランド）：流通事業者が製品の企画・設計・開発・生産等のプロセスの一部又は全部に関与し、国内外の製造事業者に生産を委託して自社独自の商標により販売する形態の製品。また、輸入事業者が海外から輸入した製品を調達して自社の商標を付けて販売する形態の製品

の度合いを決定する基本方針を策定することが望まれます。

〔安全性確認の関与の基本方針の例示〕

1．安全性確認の関与の方針を決定するため、自社の取引形態、販売形態、製品特性等を踏まえ、以下のようなリスク項目を決定します。

①供給者の分析

- ✓ 供給者が過去に類似製品を企画・設計・生産した実績はあるか
- ✓ 製品事故・リコール対応など供給者の製品安全管理態勢は適切か
- ✓ 製品の供給者は新規の事業者か、長年取引している事業者か
- ✓ 製品の供給者は国内事業者か、海外事業者か

②製品特性の分析

- ✓ ＮＢ製品・ＬＢ製品か、ＰＢ製品か
- ✓ 新技術・新素材・新メカニズム等を採用した製品か
- ✓ 同種製品における重大製品事故・リコール・製品不具合等の発生状況
- ✓ 製品の主要ハザード（危険源、危険状態）　等

③その他考慮すべき事情

2．上記の項目を総合的に勘案したリスクレベルの区分（例えば、高・中・小の３区分等）を設定します。

3．それぞれのリスクレベルにおける自社の安全性確認の関与の基本方針を決定します。

- ➢ リスクレベル（高）
  製品の企画・設計・生産段階に主体的に関与して製品の安全性を確認する
- ➢ リスクレベル（中）
  流通事業者の製品安全要求事項・製品安全基準に基づいて製品の安全性を確認する
- ➢ リスクレベル（小）
  法令・規格への適合や、供給者の自主基準の適合等に関する証明書等を供給者に求める等により、製品の安全性を確認する　等

１．供給者の選定における製品安全確保の取組

１－１　製品安全要求事項と製品安全基準の策定

流通事業者は、自社の製品安全方針・目標等を踏まえ、製品に求められる自社の製品安全要求事項及び製品安全基準を策定します。

［基本的な考え方］

流通事業者は、自社の製品安全方針・目標を実現するために製品に求められる特性を検討し、それを製品安全要求事項として決定します。また、製品安全要求事項が満たされていることを評価するために、製品安全基準を設定します。

［解説］

流通事業者が自社の取り扱う製品の安全を確保するためには、製品安全に関する法令や規格等への遵守状況を確認する必要があります。しかしながら、製品分野によっては適用される法令・規格等が存在しない場合や、技術の進歩により法令等が制定された時点で想定していなかった新技術・新素材等が開発されることも考えられます。さらに、市場環境の変化や事故の発生等によって、より安全な製品を消費者が求める可能性もあります。

こうした状況も考慮し、自社の製品安全方針・目標を達成するために製品に求められる特性を検討し、それらを「製品安全要求事項」として決定します。また、調達する製品の評価や製品検査時の適合性を確認するため、公的基準や業界基準、製品事故･不具合・故障等の発生状況、苦情等の内容等を参考にして、自社の「製品安全基準」を設定します。必要に応じて、第三者機関を活用して自社の基準の適正性を確認し、また、事故等の状況を勘案して、適時適切に自社基準の見直しを行います。

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、自社又は生産を担当する事業者と共同で図３の事例のような製品安全要求事項を決定し、製品安全基準を設定します。一方、企画・設計・生産に深く関与しない流通事業者は、調達を検討している製品について自社の製品安全方針に則り製品安全要求事項を設定します。

いずれの場合であっても、流通事業者は安全な製品を消費者に提供する責任があることを自覚し、主体的に製品安全要求事項と製品安全基準を設定することが望まれます。

図 3 製品安全要求事項と製品安全基準

製品安全要求事項	**製品安全方針・目標を実現するために製品に求められる特性** （1）熱湯でやけどをしないこと ①誤って電気ジャーポットが倒れても漏れ出した熱湯でやけどをしないこと ②・・・ （2）誤った使用をしても火災の原因とならないこと ①水（湯）の量が一定値より少ない場合には、ヒーターへの通電が止まること・・・ ②・・・
製品安全基準	**製品安全要求事項が満たされている程度** （1）性能基準 （製品安全基準を評価するための条件） ①法令・規格 ：「JIS C9123電気ジャーポット」5.11転倒流水および 8..12転倒流水試験により"ポットが転倒して10秒間の流出量は50ml以内" ②自社基準 （法令・ 規格を上回る安全基準） ：転倒して〇秒間の流出量は〇ml以内 ：その他リスクアセスメントの結果、新たに採用する基準 （2）技術基準 （製品安全基準を実現するための手段） ①法令・規格 ：・・・ ②自社基準 ：構造に関する技術基準 加工方法、加工精度に関する技術基準 材質に関する技術基準 その他、リスクアセスメントの結果、新たに採用する基準

製品安全に関する事業者ハンドブック（経済産業省）P55 より引用

［製品安全要求事項を設定している事例］（定性的な安全確保の条件）

- 自社で取り扱いの可否を定めた基準を設定している。［テレビ通信販売］
  - 社会倫理・企業倫理に反するような商品
  - 法令に違反している商品
  - 知的所有権などで係争中、又は係争になる恐れのある商品
  - 自社の品質基準を満たしていない商品
  - 販売するに当たり許認可、届出が必要な商品で自社において該当の許認可の取得、届出がなされていない商品　等

  は取り扱わない。

- 商品安全基準　［通信販売］
  1. 使用素材・原材料まで遡った源流管理に努めます。
  2. 環境ホルモン、生態系への影響が懸念されるもの、発がん性等の疑いがある物質を制限します。
  3. 有害な化学物質の使用を制限します。
  4. 人体に有害な貴金属含有のある素材の使用を制限します。
  5. 人体にアレルギーを引き起こす恐れのある素材の使用を制限します。
  6. ホルムアルデヒトの使用を制限します。
  7. 窒息等、重大事故を未然に防ぐ、構造設計または商品選定を行います。
  8. ケガをしやすい構造・素材の使用を制限します。　等

［製品安全基準を設定している事例］（定量的な安全確保の条件）

- 商品品質、安全性の基準等を定めた「品質基準書」、受入検査の合格水準・検査方法・検査項目・検査環境要件等を定めた「受入検査基準」、自社にて取り扱いの可否を定めた「取扱不可商品の基準」等を定めている。［テレビ通信販売］
- 本社の製品安全管理部門において取扱製品の安全要求事項、安全基準、検査基準等を策定している。［家具・インテリア量販］
- ＳＧ規格・ＪＩＳ規格、業界基準等がある品種については準拠した自社の品質基準（582 品種）を作成している。［ホームセンター］
- 自社独自の品質基準を策定して製品の納入前検品を実施する。当該基準は、自社の製品事故･トラブルや他社の類似製品の事故等を踏まえ適時見直しを行うとともに、見直し内容の適正性について公的試験機関と意見交換を実施している。［通信販売］
- 調達品の安全基準は、適用される法令・規格の遵守状況を確認するが、法令・規格が存在しない製品については自社基準を設定して供給者に提示する。［百貨店］
- 公的機関の認証を受けていない製品などは、以下の基準を設けている。［家電量販］
  ① 電器用品安全法（ＰＳＥ表示）の確認
  ② 電器用品安全法の対象外の製品は、Ｓマーク・ＳＧマークの表示があるか確認
  ③ Ｓ・ＳＧマークがない製品で、ヒーター等の発熱・発火の可能性がある商品は、まず、Ｓ・ＳＧマークの取得を促し、対応できない場合は、自社の商品検査室で検査を行う。
  ④ 原則、上記①～③に対応できない製品は取り扱わない。

［製品安全要求事項と安全基準を統合している事例］

- 重大製品事故に繋がる可能性のある商品群に関しては、公的基準（ＪＩＳ，ＳＧ，ＳＴ，Ｓマーク基準等）を基に自社独自の品質基準を策定して、グループ会社で共有している。［総合スーパー］

1－2　供給者の評価・選定

流通事業者は、製品の調達にあたって、供給者の製品安全管理態勢を評価し、自社の要求・基準を満たす製品を企画・設計・生産できることを確認します。

［基本的な考え方］

流通事業者は製品を調達する際、供給者に自社の製品安全要求事項及び製品安全基準等を提示し、供給者が自社の要求・基準等を満たす製品を実現するための製品安全管理態勢を整えていることを確認します。供給者の評価にあたっては、選定条件を設定し、供給者の製品安全に関する企業姿勢や法令の遵守状況等、製品安全管理態勢全般を調査します。また、調達を検討している製品が自社の基準や法令等の要求を満たしていることを、供給者から関係資料等を入手して確認します。

主体的に企画・設計・生産に関与する流通事業者は、工場調査票や工場認定基準等を作成して、供給者の生産工場の各工程等を調査し、自社の要求する製品が生産できる体制にあることを確認します。

供給者選定後は、取引契約等に加えて、製品安全に関する供給者と流通事業者の責任範囲を明確にするための契約の締結が望まれます。取引先に自社の製品安全方針等の理解・遵守を徹底させるため、製品安全に関する覚書等を締結するのも一つの方法です。

［解説］

流通事業者が安全な製品を調達し販売するためには、安全な製品を企画・設計・生産できる供給者を選定することが極めて重要となります。供給者の評価・選定にあたっては、製品安全の統括部署や製品を調達する責任部署などが中心となって、供給者を選定するための選定基準と評価項目を作成し、以下の観点を踏まえ、供給者の製品安全管理態勢全般について調査を行います。また、製品を卸売事業者から調達する場合は、それらの取引先を通じて、必要な範囲で供給者の製品安全管理態勢の情報を入手して確認することが望まれます。

- ✓ 継続的に信頼できる取引が可能であること
- ✓ 供給者の製品安全方針と製品安全に対する企業姿勢
- ✓ 製品安全に関する法令の遵守状況
- ✓ 自社の要求・基準を満たす製品を継続的に企画・設計・生産できる体制にあること
- ✓ 適切な製品検査工程を構築していること
- ✓ 製品事故・不具合等の発生時に対応できる体制にあること
- ✓ 供給者の所有する生産設備や作業者など適切な経営資源を確保していること
- ✓ 過去の取引実績、製品事故・リコール等の状況と是正措置の内容　等

［供給者の評価・選定の事例］

- 取引開始前に供給者に対して第三者リサーチ会社を通じて会社概要を調査し、品質管理を含め記載がある自社の売買基本契約書に合意した供給者と取引を行う。全取扱商品に対して発注前に取り扱い可否について「取扱不可商品の基準」に則り判断する。その後の品質審査時に、供給者に対して仕様書、試験証明書等の根拠資料の提出を求めている。［テレビ通信販売］
- 取引開始前の監査訪問で、品質保証に対する企業姿勢、法令遵守等の１３項目について調査を行い、合格しない供給者とは取引を行わない。また、取扱う製品を採用する前には安全面での技術評価を実施し、評価の結果、問題がある製品は採用しない。また、改善要求を行って、その後も再評価を実施して事前確認を徹底している。［家具・インテリア量販］
- 自社の評価基準に付随した「安全分析シート」を策定して取引先を評価している。自社の「商品安全基準」の内容を理解し、遵守する供給者との間で「取引先登録制度」を運用し、登録取引先以外に対する製品の発注を原則禁止している。［通信販売］

［評価基準・評価項目の事例］

- 商談時に仕入れ担当者が「製品安全基準評価シート」を用いて製品の安全性を評価し、安全性が確認できない場合は、当該製品を取り扱わないことを宣言している。［家電量販］

＜製品安全基準評価シート＞

１． 製品安全覚書を締結した取引先であるか □

２． ＰＳＥマークがついているか □

３． 商品外観、形状について

・体を傷つける恐れのある突起物やバリの残りはないか □

・操作時にヤケドやケガのおそれはないか □

・ヤケドやケガを防ぐ対策が盛り込まれているか □

・商品は転倒する恐れはないか、転倒時に電源が切れる仕様になっているか □

・リモコンの誤作動による発火、火災のおそれはないか □

・お子様、お年寄りが使用することも想定されているか □

・消耗品・部品の提供方法、価格は適切か □

・消耗品・部品の交換は誰でも無理なく作業が可能か □

・消耗品・部品交換時に、ヤケドやケガの恐れはないか □

４． 取扱説明書について

・重大な使用上の注意については、商品使用前に明確に伝わるような工夫がされているか □

・誤使用の可能性はないか、誤使用に関する注意喚起はわかりやすく適切か □

５． 過去の重大事故の対応策について

・過去に発生した重大事故を認識しているか　等 □

・リチウムイオン電池を搭載する商品については余熱、発火の対策が行われているか □

・調理器具、電熱器具の場合、誤ってスイッチが入ってしまわないか □

６． 重大事故の対応体制

・製造物賠償責任保険に加入しているか □

・リコール保険に加入しているか □

流通事業者は、調達を検討している製品が、法令の技術基準や自社の製品安全要求事項･製品安全基準等を満たすことを確認することに加え、製品のリスク特性を踏まえて、製品の調達を検討することが重要です。例えば、新技術・新素材等を用いた製品や、供給者の製品安全設計に疑義がある製品等については、供給者に詳しい説明や関係書類の提出を求めるなどにより、製品のリスクが社会的に許容できる範囲まで低減されていることを確認します[11]。流通事業者の中には、海外生産される製品に関して、現地生産工場に日本人スタッフが常駐して管理していることを条件とするなど契約基準を厳格化している事業者もいます。

［新製品の確認の事例］

- 新規に導入する製品については、一部商品を自社研究所において製品が安全法規・規格を遵守していることを確認するとともに、性能比較テスト、操作性、安全性、耐久性等の試験を実施している。［家電量販］
- 供給者が新製品の提案をしてきた場合は、自社が指定する原材料や製造・流通・購入時の安全性などを記載する「商品カード」の提出を求め、自社の基準に適合していることを確認する。［総合スーパー］
- 新製品は本社の試験所で検査を実施して、製品の安全性を確認している。［家具・インテリア量販］
- 過去の重大製品事故の事例を参考に、リチウムイオン電池を搭載する製品など重大事故発生リスクの高いものについては、取引先が重大事故発生時に対応できる体制にあることを必ず確認し、安全性が確認できない場合は、その供給者の製品は取り扱わない。［家電量販］

ＰＢ製品等を委託生産するため、供給者（委託生産工場）の選定を行う場合は、以下の事項を確認するための工場調査票と工場認定基準等を作成し、生産工場を訪問して調査し、自社の要求する製品が生産できる体制にあることを確認します。製品の特性によっては、供給者の資材・部品等の調達先の製品安全管理態勢を評価することも考慮します。

［生産工場の調査における確認事項の例示］

- ✓ 製品の設計図書、仕様書等の管理状況
- ✓ 製品の部品・資材調達の管理状況
- ✓ 生産施設・設備等の管理状況
- ✓ 生産工程管理、品質管理状況
- ✓ 製品検査工程の管理状況
- ✓ 生産・検査等の記録・データの管理状況
- ✓ 不適合品が発生した場合の管理体制
- ✓ 製品のトレーサビリティが確保されているか
- ✓ 工場作業者の技量や教育訓練の状況　等

---

[11] ISO10377 の 7.2（購入前アセスメント）には、製品が要求事項を満たしているか確認すること、製品が要求事項を満たしていることを確かめる権利が契約に含まれていること、製品が法令及び規格に合致していることについて供給者からデータを入手すること、サンプリング及び試験、検査を通じて評価すること、製品の供給者より提出された（証拠）書類を監査する等が記載されています。

［生産工場の調査の事例］

- 供給者の選定に際しては、担当者が現地生産工場を訪問して４５項目の調査基準に則って評価を行い、この基準を達成していれば契約を締結する。また、製品を採用する前には、自社基準に基づく検査の合格を必須としている。契約締結後は、取引先向けの説明会を開催し、自社の品質基準や検査体制、トラブル事例などを説明している。［通信販売］
- 生産工場監査項目と基準点を設定して委託生産工場の監査を実施して合否を判断している。生産工場監査によって抽出された問題点については生産工場に改善要求を行う。［ホームセンター］
- 取引先の選定は、海外における過去の販売実績や経営状況などを確認した上で行っている。また、生産工場を訪問し、生産工場監査の評価シートを用いて品質管理状況や検品・検針体制をチェックしている。［中小小売業（通信販売）］

［工場調査票及び工場認定基準の事例］

ＰＢ製品や海外直輸入品については、生産工場の監査を実施している。ＣＳＲ遵守、生産・工程管理、危害物管理、検品等のチェックリスト項目に基づいて監査を実施し、当該基準を満たせない生産工場には改善を要求し、改善が確認できるまで生産を許可しない。［総合スーパー］

工場監査評価シート（雑貨工業品）

工場管理者

流通事業者の製品の企画・設計・生産等に関与する度合いや、取り扱う製品のリスク特性、供給者との関係等によって、流通事業者の製品安全に関する責任範囲は異なります。このため、流通事業者は、取引契約等の際に供給者との間で製品安全に関する責任範囲を明確にしておくことが望まれます。流通事業者は、安全性確認の関与の基本方針を策定し（P24参照）、取引契約を行う供給者、調達する製品について、基本方針に則ってリスク分析を行い、関与の度合いを決定して契約時に供給者と製品安全に関する責任範囲について合意することが望まれます。

また、供給者に自社の製品安全に関する方針や要求等を遵守してもらうため、契約時に合意するか、供給者との間で製品安全に関する覚書を締結することも考慮します。

[製品安全に関する覚書の事例]

商品売買基本契約とは別に、全仕入先と「製品の安全性に関する覚書」の締結している。締結の内容は、「お客様の安全性を最優先にする」「製品安全関連４法による安全性の確保」「安全に関する情報提供」「不具合対応の体制」等。[家電量販]

製品の安全性に関する覚書

●●●●●●●●●●●（以下甲という）と■■■■■■■■■■■■（以下乙という）とは昭和　　年　　月　　日付商品売買基本契約書に付帯して、商品の仕入れ及び販売後における製品の安全性に関して次の通り合意したので、本覚書を締結する。

第１条（基本方針）
甲乙は、お客様に販売する商品について「お客様の安全性」を最優先にして、商品・サービスの取り扱いを行う。

第２条（安全４法による安全性の確保）
① 乙は、電気用品安全法及び同施行令による「特定電気用品」「特定以外の電気用品」を扱う場合は、国が定めた基準に適合したＰＳＥマーク付製品のみ取り扱う。
② 乙は、消費生活用製品安全法による「特定製品」「特別特定製品」を扱う場合は、国が定めた技術上の基準に適合したＰＳＣマーク付製品のみ取り扱う。
③ 乙は、ガス事業法による「ガス用品」「特定ガス用品」を扱う場合は、国の定めた技術上の基準に適合したＰＳＴＧマーク付製品のみ取り扱う。
④ 乙は、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律による「液化石油ガス器具」「特定液化石油ガス器具」を扱う場合は、国の定めた安全基準に適合したＰＳＬＰＧマーク付製品のみ取り扱う。
⑤ 前４項に関わる法令に変更あるいは品目の追加がある場合は、乙は新基準に適合した製品のみ取り扱うものとする。

第３条（食品衛生法その他法令による安全性の確保）
① 乙は、食品・薬品その他、人の身体に触れる製品を扱う場合は、食品衛生法及び食品、添加物等の規格基準並びに薬事法に適合した製品のみ取り扱う。
② 乙は、その他法令により安全性の確保が義務づけられているときは、その基準に適合した製品のみを取り扱う。
③ 乙は、将来成立・施行される法令により製品の安全性の確保が義務づけられた場合は、その基準に適合した製品のみを取り扱うものとする。
④ 乙は、法令により特に安全性の確保が義務づけられていない製品についても、取扱商品に関して安全性の確保に努め、その取扱いにあたっては善良なる管理者の注意義務を負う。

第４条（安全な商品・サービスの取扱い）
乙は前２条により安全性が確保された製品のみを取り扱い、甲はそれを仕入後、商品として販売する。

第５条（安全、安心への取り組み）
① 乙は甲に対し、製品の安全性に関わる情報及び取り扱い注意点に関する情報を逐次提供する。
② 甲は接客販売等の機会に、前項その他知り得た知識をお客様に正しく説明する。

第６条（不具合対応）
① 乙は、販売開始以降、製品に予期しない不具合が見つかった場合は、不具合の情報を速やかに甲に連絡し、お客様の被害を最小限に抑える為の対策を講じる。
② 甲は、販売時の情報、修理部門から不具合情報を知り得た場合、速やかに乙に連絡する。乙は連絡を受けた不具合につき解析・判断を行い、安全性に問題がある場合は、速やかに所定の手続きを行うと同時に前項同等の処置を講ずる。
③ 甲乙は、商品に不具合があった場合には、お客様の被害を最小限に抑えることを目的に、その重大性・緊急性に応じ、協力してお客様に告知・点検・部品交換等の対策を講ずる。

第７条（損害賠償）
乙が本覚書に違反し、甲またはお客様に損害を与えた場合は、乙は当該損害を賠償する責めを負う。

第８条（有効期間）
本覚書の有効期間は、甲乙間の商品売買基本契約書に準じる。

第９条（解釈適用上の疑義）
本覚書の各条項の解釈適用について疑義が生じた場合、または本覚書に規定のない事項について必要が生じた場合は、甲乙双方誠意をもって協議し解決をはかるものとする。

上記覚書の成立を証するため、本覚書二通を作成し記名捺印の上各自一通を保有する。

平成　　年　　月　　日

甲：●●●●●●●●●

乙：■■■■■■■■■

２．製品の企画・設計・生産における安全確保の取組

２－１　製品のリスクアセスメントの実施

流通事業者は、製品の安全が企画・設計・生産段階で確保され、調達する製品が社会的に許容できる範囲まで低減されていることを確認します。

［基本的な考え方］

取り扱う製品に事故・不具合等が発生した場合は、供給者はもとより、流通事業者も責任を負い、再発防止等の是正措置に費用を要し社会的な信用度も低下します。こうした損失を抑えるためにも、製品の企画から仕入段階においてリスクアセスメント[12]等を実施して、製品事故・不具合等を未然に防止することが重要となります。

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、製品の企画・設計・開発段階でリスクアセスメントや試作品の検査・試験等に関与して、製品の安全性を確認します。製品の企画等に関与しない（関与の度合いが小さい）流通事業者にあっても、自社の知見、供給者及び周辺情報等を活用して、調達する製品のリスクが社会的に許容できる範囲に低減されていることを確認することが大切です。

［解説］

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、供給者が行うリスクアセスメントや試作品の検査・試験等に関与又は自ら実施して、製品の安全に関するリスクが社会的に許容される範囲に低減されていることを確認します。

リスクアセスメントとは、通常「意図される使用」を基本とし、「合理的に予見される誤使用」を考慮した上で、可能性がある製品事故による被害を最小限に低減させる取組です[13]。流通事業者及び供給者は、製品の企画から生産段階において、以下の観点を踏まえリスクアセスメントを実施して製品の安全性を確保し、製品事故・不具合を未然に防止します[14]。製品の設計段階のリスクアセスメントに関しては、経済産業省の「消費者生活用製品向けリスクアセスメントのハンドブック（平成 22 年 5 月発行）」及び「リスクアセスメントハンドブック【実務編】（平成 23 年 6 月発行）」を参照して下さい。

---

[12] リスクの分析及びリスクの評価からなるすべてのプロセス[ISO/IEC Guide 51: 1999]

[13] ISO/IEC ガイド 51 の安全原則では、リスクの低減は「設計（本質的安全設計）によるリスクの低減」⇒「保護手段（安全防護）によるリスクの低減」⇒「使用上の情報によるリスクの低減」の優先順位により実現することとされています。

[14] ISO10377 の 5.3（製品設計時における製品安全上の考慮）には、リスクアセスメントを実施し、リスクが許容できない場合は、リスクを低減させる手段を考慮することが望ましい旨が記載されています。

［企画・開発・設計段階におけるリスクアセスメントの例示］

- ✓ 法令や規格、自社の製品安全基準への適合性
- ✓ 他社製品を含む過去の類似製品の不具合・事故等の発生状況と原因究明結果
- ✓ 設計段階で確保される製品の本質的安全性の妥当性
- ✓ 想定される使用者、使用方法及び使用環境等の妥当性　等

［部品・原材料調達段階、生産段階におけるリスクアセスメントの例示］

- ✓ 部品の精度や原材料の組成のばらつきの許容範囲
- ✓ 生産工程管理と品質管理の妥当性
- ✓ 製品検査項目と検査方法、検査基準の妥当性　等

［製品の企画・設計・生産段階でリスクアセスメントを実施している事例］

- ➢ 製品の企画・開発時と事故発生時に、自社だけでなく他社の類似製品の事故情報に基づいてリスクアセスメントを実施する。特に電気用品のリスクの高さを重視し、電気用品安全法の対象品目の他、使用上のリスクの高い製品は外部の試験機関に確認した上でリスク軽減対策や販売可否の判断を行う。［通信販売］
- ➢ 製品の企画・開発段階でリスクアセスメントを実施し、また、生産工程が製品の安全性に影響を与える可能性がある場合には、生産部門においてリスクアセスメントを実施して製品の安全を確保している。［家具・インテリア量販］
- ➢ プライベートブランド製品は、試作品を製作して規格等の試験によって安全確認を行っている。調達する製品は、部門担当者が社内基準により管理しているが、特に衛生用品、高い位置にある踏み台などを注意製品としている。［ホームセンター］
- ➢ 製品の設計・開発・量産のそれぞれの段階で試作品を用いたモニター調査を実施している。被験者に試作品を使用してもらい、設計変更の要否、必要な注意表示の洗い出しを行うとともに、取扱説明書を見ながら製品を安全に使用できるかなど取扱説明書の有効性を確認している。［通信販売］

製品の企画・設計・生産に関与しない（関与の度合いが小さい）流通事業者にあっても、製品の調達を検討する段階（供給者の評価・選定段階）において、自社の知見、供給者及び周辺から得られる情報等を活用して、以下の確認を行うなどにより、調達する製品のリスクが社会的に許容できる範囲に低減されていることを確認します。例えば、供給者からリスクアセスメント実施報告書等の提出を求めて、結果の妥当性について確認するのもひとつの方法です。

［製品調達の検討段階におけるリスクアセスメントの例示］

- ✓ 供給者の過去の同種製品の不具合・事故等の発生状況と是正内容の妥当性
- ✓ 市場での同種製品の不具合・事故発生頻度と被害の程度
- ✓ 法令や規格、自社の製品安全基準への適合性
- ✓ 供給者が想定した製品の使用者、使用方法及び使用環境と自社の想定との差異　等

［製品の調達段階でリスクアセスメントを実施している事例］

➢ 製品サンプル選定時に供給者から過去の販売数量、不具合・事故件数等の情報を提出してもらい、製品のリスクが許容できる範囲まで低減されていることを確認している。自社基準値を設定し、供給者が定めた基準値を満たしていても、必要と判断した場合は自社基準値に到達するよう改善を求めている。［コンビニエンスストア］

なお、リスクアセスメントには複数の手法があるため、自社が取り扱う製品の技術的特徴や想定される使用方法・環境を考慮して、より適切な方法を選択して実施します。

2－2　供給者の製品検査工程への関与

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、供給者の製品検査工程を把握し、必要に応じて検査条件の改善要求や検査への関与を行います。

［基本的な考え方］

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、不適合品が発生した場合の是正措置や流出防止策を講じるなど、供給者が適切な製品検査工程を構築していることを確認します。供給者の製品検査工程を把握した上で、必要に応じて、検査条件の改善要求や製品検査への関与を行います。

製品検査の結果、不適合品が発見された場合は、供給者に対して原因を究明し改善を行うよう要求します。検査等に自社で対応できない場合は、外部の検査機関等を活用します。また、検査結果等の書類は、製品事故等の発生に備え一定期間保存します。

［解説］

生産工程における作業者のミスや生産設備･機器の不具合等の可能性を排除できないことから、不適合品の発生を完全に防ぐことはできません。このため、主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、生産工場を調査する段階（供給者の評価・選定段階）において、供給者が適切な製品検査工程（部品原材料の受入検査、生産工程における中間検査、梱包前検査、出荷前検査等）を構築し、自社の要求・基準に基づいた製品検査を実施できる体制にあることを確認します。また、不適合品発生時の報告体制、不適合品と適合品の混入を防止するための識別と保管方法、不適合品の処理方法なども確認します。契約時に予め供給者と検査項目や検査方法、判定基準について合意し、製品検査の際には、検証可能な基準を供給者に提示します。

これらの一連の検査・確認作業への関与を自社で行うか、一部又は全部を第三者機関に委託して行うかは、取り扱う製品の特性や自社の資源（人員、施設、費用負担）を勘案して最適な方法を選択します。

なお、製品の納入段階で受入検査を実施して製品の安全性を確認することもできますが、実務上は、製品の梱包・包装の問題、納品から販売までの時間的制限、保管在庫の制限等によって検査範囲が限られてしまいます。このため、供給者の部材等の調達から製品出荷前の製品検査工程に関与して製品の安全性を確認することが重要となります。

［日本への出荷前に検査を実施している事例］

- 各国に直轄の検品センターを設立し、製品は製造委託先から検品センターに納品され、検品を受けた後に日本に輸出される。検品センターでの検査業務は、実効性のある検査ができるよう現地の第三者機関と連携している。検査基準や検査方法は自社の基準を適用し、検査結果は本社で評価している。［通信販売］
- ＰＢ製品は、全数を検品し、さらにデイリーロットで抜き取り検査も行い、不適合品が発見された場合は製品の出荷を停止する。［通信販売］
- 自社で取り扱う製品は、製品の生産後、製造工場内の検品だけでなく第三者検査機関において全数検査を実施して日本に出荷している。輸入後は、国内の委託倉庫で出荷前に目視検品を実施する。［中小小売業（通信販売）］

３．製品仕入における安全確保の取組

３－１　納入品の安全確認

流通事業者は、供給者から納入した製品が自社の要求・基準を満たしていることを、供給者から検査記録・データや書面等を入手して確認します。

［基本的な考え方］

流通事業者は、供給者から納品された製品（納入品）が、製品発注時に合意した自社の要求や基準を満たしていることを、供給者から検査記録・データ、書面等を入手して確認します。また、製品の特性によっては第三者機関による検査証明書等の提出を要求することも考慮します。

供給者から提出された書面等を確認した結果、自社の要求、基準を満たしていない場合は、供給者に確認し、必要に応じて現品のサンプル検査等を実施します。自社で検査等ができない場合は、外部の検査機関等を活用します。不適合品と判断した場合は直ちにそれを排除し、供給者に対して原因を究明し改善を行うよう要求します。

また、必要に応じて、製品の取扱説明書の注意事項やパッケージの表示内容等の適正性を確認し、不十分、不適切な記載があれば、供給者に記載内容の改善を求めます。

［解説］

製品の企画、設計、生産に関与しない流通事業者であっても、納入品の安全性を確認するため、製品検査を実施することが望まれます。ただし実務上は、製品の梱包・包装の問題、納品から販売までの時間的制限、保管在庫の制限等により検査範囲が限られ、技術的にも物流の面でも困難な場合があります。

このため、流通事業者は、製品の調達を検討する段階（供給者の評価・選定段階）において、原材料・素材の調達から生産工程における供給者の製品安全管理態勢や、量産品の検査方法とその評価基準等の説明を供給者に求め、製品の納入時にそれらの検査が適正に行われたことを、製品検査の記録・データや書面、第三者機関の検査証明書等を入手して確認します[15]　多種多様な製品を複数の供給者から調達している流通事業者の場合は、自社の製品安全要求事項・安全基準に則った調査票等を作成し、供給者に調査票等への記入・提出を求めるなどの効率的な方法を検討して納入品の安全性を確認します。

なお、製品を卸売事業者から調達する場合は、それらの取引先を通じて、必要な範囲

[15] ISO10377 の 7.4（消費者製品適合性の継続的アセスメント）には、サンプルの仕様への適合性の検証。監査の一環として、製造事業者が用いる製品仕様に照らしてサンプル製品を評価し、要求事項への適合性を検証する旨が記載されています。

で供給者が適正な検査を実施したことを確認できる書類等を入手することが望まれます。

［納入品の確認事項の例示］
- ✓ 製品が適用される法令や規格に適合していることを確認できる書面
- ✓ 製品が自社の求める仕様や製品安全基準を満たしていることを確認できる書面
- ✓ 製品検査の結果・記録
- ✓ 製品の過去の苦情、不具合、事故等の状況と対策履歴　等

［検査記録等の提出を求めて製品の安全性を確認している事例］
- ➢ 全製品、全製造委託先の仕入れ原料・出荷時の検査記録等の提出を求め、供給者の検査結果を精査している。［中小小売業］
- ➢ 輸入品については、メーカーに検査データの提出を求めるとともに、製品サンプルを評価した上で仕入れ前に抜き取り検品を実施している。［ホームセンター］
- ➢ 供給者に製品の仕様、使用部材一覧表、素材、型番、仕入先等を記載した「商品安全仕様書」と、自社で策定した供給者自主点検報告資料の提出を求め、製品の安全性を確認している。［通信販売］
- ➢ 火気を使用するキッチン用品、電気を使用する製品、繊維製品等は、必要に応じて第三者機関による証明書の提出を要求している。［総合スーパー］

［自社で納入品の検査を実施している事例］
- ➢ 自社の「受入検査基準」に則り外観、包装等の検査を実施する。効果効能をうたう商品に関しては納品後に第三者試験機関試験を用いて自ら試験を実施している。［テレビ通信販売］
- ➢ 輸入品、国内品ともに入荷の際に製品ごとに検品条件を設定して検査を実施する。検査結果に基づき改善要求等を委託先に行って、改善が見込まれない場合は取引契約を解除する。［通信販売］

製品の使用上の注意事項等は、供給者の責任において、取扱説明書等に記載されます。流通事業者は、必要に応じて製品に同梱される取扱説明書等の注意事項等の内容や、製品本体に貼付されるラベル等の注意表示についても、製品のリスク特性、過去に経験した事故事例、想定される使用者や使用方法等を考慮しつつ内容を確認し、不適切な記載等があれば、表示内容の追加や記載内容の変更等を供給者に求めます。

［取扱説明書等の確認事項の例示］
- ✓ 表示手段（取扱説明書、梱包、製品本体へのラベル・シール貼付等）の適正性
- ✓ 表示の大きさ、色、位置等の適切さ
- ✓ 法令や規格、業界のガイドランや慣行への適合性
- ✓ 子供、高齢者、障がい者等に配慮した内容となっているか　等

［取扱説明書等の確認の事例］

- ➢ 製品販売前に第三者（公的検査機関等）による客観的評価を加える為、自社基準に基づく検査を委託する。また、取扱説明書の内容やパッケージの表現についても外部機関で評価し、記載内容や表示の適正を確認している。［総合スーパー］
- ➢ 製品とともに取扱説明書の内容を評価し、記載内容に不足があった場合は供給者に追加の記載を要求する。また、取扱説明書の他、使用上の注意事項を製品のラベルやタグなどを取り付けている。［家具・インテリア量販］

３－２　供給者に対する継続的な監査等の実施

流通事業者は、供給者が自社の要求・基準を満たす製品を生産する体制を維持していることを確認するため、継続的に監査等を実施します。

［基本的な考え方］

経済環境の変化や経営方針の変更等により、供給者が契約時点の評価基準を維持できない場合があります。このため、流通事業者は、供給者との売買契約の締結以降も、定期的に監査を実施して、供給者の製品安全管理態勢が維持されていることを確認します。

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、定期的に生産工場の監査等を実施して自社の要求する製品を生産する体制が維持されていることを確認します。

監査等の結果、供給者の取組に是正事項があった場合は改善を要求し、改善が不十分であった場合は取引を停止します。また、製品の安全を確保できないと判断した場合は取引の解除を含めた対応を検討します。

［解説］

供給者又は生産工場の監査等にあたっては、前回の監査等（初回であれば供給者選定時）における調査記録及び指摘事項、改善内容、前回から現時点までに発生した不適合品の有無やその記録等を準備し、監査を実施します。生産工場の監査においては、供給者側の責任者の立会いの下、生産工場の各工程において、前回調査からの変更点や新たな課題等が発生していないかを確認し、調査記録を作成して評価を行います。

評価の結果、供給者の取組に是正事項が発見された場合は、是正する内容と期限を提示した上で供給者に改善を要求します。改善結果については、改善報告書等の提出を求め、必要に応じて再度の現場訪問を行って確認します。また、納入品の受入検査や市場において不適合品が発見された場合も、抜き打ちで監査等を実施するなど問題点を抽出して供給者に改善を要求します。供給者の改善内容が不十分で製品の安全性が確保できないと判断した場合は、取引の解除を含めた対応を検討します。これらの一連の監査手

順については、供給者との契約締結時の条件とすることが望まれます。
　なお、製品を卸売事業者から調達する場合は、それらの取引先を通じて、供給者の製品安全管理態勢に変更等がないか、事業の継続性が確保されているかなどの情報を入手して確認することが望まれます。

［定期監査の事例］

- 仕入先の事業継続状況について、随時確認を行い、仕入先が事業撤退、倒産等の情報を入手した際は、速やかに店頭から該当製品を引き上げる。［家電・インテリア量販］
- ＰＢ製品については、定期的に生産工場の監査を実施している。［総合スーパー］
- 製造委託先に対して定期的に品質保証監査を実施し、監査の結果、不適合品が発見された場合は、製造委託先に改善を要求する。［家具・インテリア量販］
- 社長・従業員が定期的に（年に数回）生産工場を監査し、方針や目標、計画などの提出を求めて確認を行っている。［中小小売業］
- 取引高に応じ、継続的に供給者に対し品質調査や工場調査を実施している。［テレビ通信販売］

４．製品の物流における安全確保の取組

流通事業者は、供給者・物流事業者等と連携し、製品安全の確保に必要な運搬・保管のプロセスに関与・管理します。

［基本的な考え方］

工場出荷前の検査に合格した製品は、流通事業者の倉庫又は販売拠点等に搬送され、最終的にその状態を維持したまま消費者に販売・納品されることが望まれます。製品の物流プロセスにおける安全確保は、供給者から流通事業者に製品が納入される「仕入物流」と、流通事業者が消費者に製品を納品する「販売物流」の二つの流れを考慮する必要があります。

仕入物流においては､特に主体的に製品の企画･設計･生産に関与する流通事業者は、供給者との役割を明確にした上で、供給者の製品輸送計画を理解し共有するとともに、製品の運搬･保管のプロセスに関与して製品の安全を確保することが望まれます｡また、販売物流においては、流通事業者の管理の下、販売した製品が安全性を維持した状態で消費者の手に届くよう、必要に応じて、製品の梱包仕様や輸送手段、輸送経路等における注意事項を供給者や物流事業者に伝え､消費者に納品される製品の安全を確保します｡

［解説］

物流プロセスにおいては、製品の運搬方法や倉庫での保管状況、不適切な製品の取り扱いなどにより、製品の安全性が損なわれる可能性があります。しかしながら、供給者の製品出荷から消費者に製品が届くまでの過程において､個々の製品の梱包を解いて現品検査を行うことは実務上困難な場合があります。このため、特に主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、供給者との間で製品の物流に関する責任範囲を契約時に明確にし、製品特性を考慮した上で、物流事業者の選定を含めた適正な製品輸送計画の構築に関与し､物流プロセスにおける製品の安全を確保することが望まれます[16]。

また、消費者から製品の運搬上の問題等に関する苦情等があれば、それを踏まえ、製品の梱包仕様・輸送手段・輸送経路等における注意事項を供給者・物流事業者に伝達します。なお、倉庫等の保管プロセスにおいては、製品の梱包状態に異常はないか目視点検を実施し､必要に応じて抜き取り調査等を行って製品の安全性を検証する仕組みを構築することが望まれます。

---

[16] ISO10377 の 6.4（生産後）には、サプライチェーンは、消費者製品を消費者に破損することなく輸送するためのロジスティック計画についての理解を共有すること、リスクを製品にもたらすことがないことを確実にするために輸送をモニターすることが望ましい旨が記載されています。

［物流プロセスにおいて製品の安全を確保するための留意点］
- ✓ 該当製品の運搬・保管に適用される法令や規制の確認と遵守
- ✓ 製品の特性（可燃・引火性、素材の劣化、保管中の点検・調整の必要性の有無等）
- ✓ 運搬手段、保管場所の環境（温度、湿度、直射日光、塩分、磁気、鉄粉、塵埃、振動・衝撃、気圧、傾斜等）による影響
- ✓ 運搬・保管等の作業者の力量（経験、知識、技能等）
- ✓ 梱包仕様（仕様素材、強度、耐水性、保護・防護材等）

［物流プロセスにおける製品の安全確保の事例］
- ➢ 製品の物流に関しては、輸送手段（トラック、船舶、航空機等）や、梱包の仕様（ダンボール、コンテナ等）、輸送経路について確認し、製造事業者→商社・問屋→自社の流通センターの物流経路によって製品の安全を確保している。［総合スーパー］
- ➢ 製品の安全確保の観点から輸送、保管時等の記録を取引先から入手して確認している。［中小小売業］
- ➢ 物流拠点への製品の入庫時に入庫検収を実施し、製品の安全性を確認している。また、輸送途中で第三者の悪意の行為がないか開封痕を確認し、異常があった場合は顧客への発送を一旦止めている。［通信販売］

なお、流通事業者は、リコールや製品不具合等の発生に対応する必要があります。対象製品を自社の倉庫等にある在庫品の中から効率的に特定し回収できるよう、供給者に製品の識別が容易にできる工夫を求めることも大切です。

［供給者に求める内容の例示］
- ✓ 個々の製品を外観から目視で識別できるよう、梱包に識別マーク（ロット番号、生産番号等）を表示する。
- ✓ 運搬や保管時に、表示された識別マークが他の製品によって隠れないような位置に表示するか、複数の面に表示する。
- ✓ 製品自体にも識別マークを刻印するかプレート・ラベルを貼付する。　等

５．製品販売における安全確保の取組

５−１　製品安全情報の消費者への提供

流通事業者は製品を販売するにあたって、高齢者や障がい者にも配慮しつつ、様々な媒体を通じて消費者に製品安全情報を提供します。

［基本的な考え方］

消費者が製品の購入を検討する際は、カタログやインターネット等の広告・宣伝、店頭のポスターや展示品等に関心を示します。流通事業者は、これらの販売促進ツールを有効に活用して、自社のウェブサイト、店頭ＰＯＰ・ポスター・チラシ、製品カタログや情報誌等において、製品の正しい使用方法や注意事項、保証やアフターサービスの内容、製品の不具合発生時の対応などの製品安全情報を消費者に提供します。

また、店頭販売においては、販売担当者が製品の適切な使用方法や保守方法等に関する情報を消費者に直接伝えて、誤使用や経年劣化による製品事故の未然防止を図ります。

取扱説明書は、製品に梱包されているため、消費者が購入を検討する段階で安全性に関する情報を確認できないことがあります。このため、店頭に取扱説明書を準備する、高齢者や障がい者等にも配慮し、使用方法や注意喚起等をわかりやすく伝えるなどの工夫が必要です。

［解説］

製品事故・不具合等は、製造上の欠陥などの製品起因だけでなく、使用者の誤使用や不適切な保守・点検、経年劣化などによっても発生します。このため、流通事業者は、高齢者や障がい者が製品を購入・使用することも考慮しながら様々な販売促進ツールを活用して製品安全情報を消費者に提供することで、使用者の注意喚起を促し、製品の誤使用や不適切な保守等によって生じる事故の可能性を低減させます[17]。

店舗販売の場合は、販売担当者が消費者に製品説明を行う機会があることから、販売担当者は、製品安全情報を消費者に適切にアドバイスできるよう普段から製品安全の知識の習得に努める必要があります。販売担当者が誤った説明をしてしまうと、消費者の誤使用を誘引し事故につながる可能性が高まるため、流通事業者は、販売担当者に製品安全に関する正しい知識等を習得する機会を提供することが大切です。販売形態によってはパート・派遣社員が接客するケースもあるので、これらの従業員に対しても同様の配慮が必要となります（「９−１人的資源の運用管理」を参照）。

---

[17] ISO10377 の 4.6（消費者の役割理解）には、消費者に製品の安全性の特徴に関する情報を提供するのが望ましい旨が記載されています。

一方、消費者に直接説明する機会がない、又は少ないなどの場合は、店頭でのＰＯＰ・ポスター・チラシ等や自社のウェブサイト等の媒体を通じて製品安全情報を発信します。特に、販売形態として製品を手にとって確認する機会を提供できない流通事業者は、自社のウェブサイトや製品カタログ等を通じた安全情報の発信が重要となります。自社のウェブサイトに製品の正しい使用方法や使用上の注意事項等を発信することに加え、映像等を活用して情報を発信するのも効果的です。流通事業者の中には、高齢者等に配慮して製造事業者が作成した取扱説明書に加え、文字が大きく操作のポイントを記載した簡易説明書やリーフレット等を独自に作成して配布している事業者もいます[18]。

［店頭ＰＯＰ・ポスター・チラシにより製品安全情報を提供している事例］

- 電動自転車の乗り方や洗濯機、扇風機、エアコン、ペーパーシュレッダー、燃焼器具などについて、危険な使用方法、経年劣化の症状等についてＰＯＰを作成して店頭に掲示している。［家電量販］

- 使用方法を誤るとケガのおそれがあるシュレッダーや電気ミキサーなどについては、注意事項を記載したＰＯＰを店頭に掲示している。［家電量販］
- 製品の特性によっては店頭に製品の注意事項を表示している（耐熱容器での使用可能な温度の上限、使用できるレンジ、オーブンの制限、安全装置の突いたガスコンロで使用できない調理器具等）。［総合スーパー］

［ネットショップ、映像等により製品安全情報を提供している事例］

- 自社直営のネットショップなどにおいて製品の特徴、使用方法、注意事項等を文章と動画で配信している。［中小小売業］
- 販売員による製品説明に加えて、主要製品については正しい使用方法を説明したＤＶＤ映像を各店で流して消費者に注意喚起を開始している。［家具・インテリア量販］
- テレビやウェブサイトで商品を販売する際は、商品のメンテナンス、使用上の注意、使用方法、保証書の有無、保証期間等を表示している。特に購入時の判断条件に関する情報や使用制限に関する情報、重大事故に関わる可能性が高い情報については、表示を必須としている。［テレビ通信販売］

[18] IS010377の4.6.5（脆弱な消費者）には、脆弱な消費者が製品使用について理解できるよう手助けすることが望ましい旨が記載されています。

[注意喚起のチラシや文書等を製品に同梱する事例]

- 自社又は仕入先が取扱う製品で事故が発生した場合や、他社の類似商品の事故情報で、使用方法によっては危険が生じる製品と判断した場合、注意喚起を促す文書を作成して製品に同梱、または文書を発送している。[通信販売]
- 製品の安全性を周知する目的で、カタログや自社ウェブサイトにおいて品質検査状況や試験内容を一般消費者に公開している。[通信販売]
- 販売後に安全性に関する追加情報が必要な場合は、購入者全員に追加情報を記載したレターを発送している。[テレビ通信販売]
- 継続販売商品で購入者からの問い合わせが多い事項については、供給者の協力の下、使用上の注意書や取扱説明書等を改良し、商品に同梱する。その際はイラストを用いた説明を採用したり、印刷する紙色を黄色にするなど、顧客に分かりやすく、目立つように工夫している。[テレビ通信販売]
- 自社研究所の検査結果により、事故が発生するおそれがある場合は、注意喚起のシールを製品に貼り付けて頂いたり、取扱説明書を変更してもらう事で、消費者に注意事項が伝わるようメーカーに依頼をしている。[家電量販]

[販売担当者が製品説明を行う事例]

- 自社で指定する製品（商品特性・技術限界等により特定の製品＜50 品目＞）を販売する場合は、素材・材質・構造・加工上等のウイークポイントや取扱方法を簡単に説明した店頭ＰＯＰを掲示し、必ず顧客に製品説明を行っている。[百貨店]
- 販売担当者は「お使い製品便利帳」という製品安全情報（事故やリコール情報等）を含む製品情報が入力されたＰＤＡ端末を携帯し、顧客の質問にすぐに答えられるようにしている。[家電量販]
- 製品を販売した社員が安全な使用方法についての説明から、搬送、設置、アフターサービス、修理受付まで責任を持って対応している。[中小家電]
- 高齢者の誤使用による事故を予防するため、納品時に必ず使用方法を説明している。[中小家電]

5－2　販売時における製品の安全確認

流通事業者は、販売時に製品の安全確認を実施するとともに、法令の対象製品を取り扱う流通事業者は、製品にＰＳマークが正しく表示されていることを確認する等の義務があります。

[基本的な考え方]

工場出荷前の検査に合格した製品であっても、出荷後の輸送方法、販売拠点等での保管方法や取り扱い状況等によっては、製品の安全性が損なわれている可能性があります。こうした可能性を考慮して、流通事業者は、店頭に陳列された製品や店内の在庫品等の抜き取り検査を行って製品の外観が毀損していないか等を確認します。

製品安全関連４法の規制対象品目を販売又は販売の目的で陳列する流通事業者は、製品にＰＳマークが正しく表示されていることを確認する義務があります[19]。また、長期使用製品安全点検制度の対象製品（９品目）を取り扱う流通事業者は、製品を購入者に引渡す際に、製品に同梱された所有者票の記載事項を所有者に説明する義務があります。長期使用製品安全表示制度の対象製品（５品目）については、法的義務はありませんが、設計上の標準使用期間等の注意表示が行われていることを確認します。

［解説］

(1)販売時の製品確認

流通事業者の取り扱う製品の多くは、物流、保管段階で開梱されずに消費者に販売されます。このため、流通事業者は、以下の機会を利用して、製品の状態や製品本体のラベル表示等の適正性、法令の遵守状況等を確認します。

〔製品状態等の確認を行う機会の例示〕
- ✓ 物流拠点や販売拠点の在庫品の梱包状態に異常がないか目視点検し、損傷等があれば開梱して製品の状態を確認する。
- ✓ 店頭において展示品・試供品として使用する製品や、社員研修等に利用するために開梱した製品を使用して状態を確認する。
- ✓ 販売時に製品の購入者の了解を得て、製品を梱包から取り出し、製品の状態を確認する。
- ✓ 販売拠点が複数ある場合には、拠点ごとに確認する製品を割り振り、確認結果を全拠点で情報を共有する。等

目視確認等によって製品本体や同梱品に損傷や破損等を発見した場合は、供給者に連絡して原因を調査します。調査の結果、製品の安全性に影響を及ぼすと判断される場合は、供給者等による対策が実施されるまで製品の販売を停止します。

[製品の安全確認等の取組事例]
- ➢ **毎月ごと、店舗陳列された新規アイテムを中心に抜き取り検査を実施して自社基準への適合を確認している。[雑貨量販]**
- ➢ **定期的に複数の店舗において販売している製品を抜き取って品質確認を実施している。製品に問題が見つかった場合は、在庫商品の確認、原因調査を速やかに実施する。[総合スーパー]**

(2)ＰＳマークの確認

製品安全関連４法には、法の指定品目を取り扱う流通事業者は、ＰＳマークの付された製品でなければ、販売又は販売目的で陳列してはならないことが規定されていま

[19] PSC マーク（消費生活用製品安全法（10 品目）、PSE マーク（電気用品安全法 457 品目）、PSTG マーク（ガス事業法８品目）及び PSLPG マーク（液化石油ガスの保安の確保及び取引の適性化に関する法律 16 品目）。詳しくは、経済産業省ＷＥＢサイト「製品安全ガイド」を参照して下さい。
http://www.meti.go.jp/product_safety/

す。このため、流通事業者は、取り扱う製品について、①規制対象品目に該当するか、②規制対象品目に該当する場合、「特定特別製品等」であるか「特定特別製品等以外」であるか、③ＰＳマークが正しく表示されているかを確認する必要があります[20]。

（製品安全関連４法の指定品目、ＰＳマークの表示例等は、巻末（P80～82）を参照して下さい。）

(3)長期使用製品点検・表示制度における確認

長期使用製品安全点検制度は、消費者自身による点検が難しく、経年劣化による重大事故のおそれが高い特定保守製品（以下の９品目）の事故を未然に防止する制度です。特定保守製品を販売する流通事業者は、製品を購入者（所有者）に引渡す際に、製品に同梱されている所有者票の記載内容を説明する義務があります。製品の設置・修理等を他の事業者に委託等する場合は、その事業者に対し、所有者への説明を行うよう周知します[21]。

ビルトイン式電気食器洗機

浴室用電気乾燥機

屋内式ガス瞬間湯沸器
(都市ガス用/プロパンガス用)

屋内式ガスふろがま
(都市ガス用/プロパンガス用)

石油給湯機

石油ふろがま

FF式石油温風暖房機

［点検制度における取組事例］

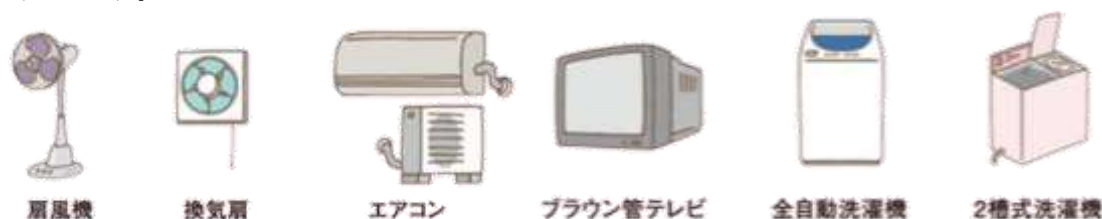
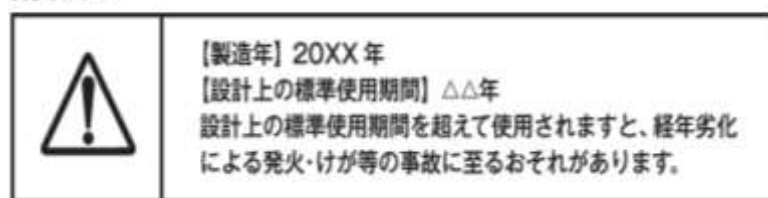
- 点検制度のお客様説明要領を作成して、お客様への説明事項を設置業務担当者に徹底している。設置業務担当者は、設置工事の際に説明要領に則りお客様へ説明し、説明後、確認書にサインしていただく。確認書は、個人情報管理基準に則りサービスセンターで保管している。［家電量販］

長期使用製品安全表示制度では、経年劣化による重大事故が一定程度発生している家電製品（以下の５品目）の機器本体の見やすい箇所に、「製造年」「設計上の標準使

---

[20] ISO10377 の 3.2（組織内に対する製品安全文化の振興）には、製品を所管する法律、規制及び規格を理解し遵守する旨が記載されています。

[21] 詳しくは「長期使用製品安全点検・表示制度ガイドライン（平成 24 年 6 月版）」を参照して下さい。
http://www.meti.go.jp/product_safety/producer/shouan/07kaisei.html

用期間」「設計上の標準使用期間を超えて使用すると、経年劣化による発火・けが等の事故に至るおそれがある」旨の表示を製造・輸入事業者に義務づけています。流通事業者に法的義務はありませんが、これらの製品を販売する流通事業者は、可能な範囲で製品に表示が正しく貼付されていることを確認するとともに、消費者に注意喚起を促します。

［表示制度の取組事例］

➢ 長期使用製品安全表示制度の対象製品（５品目）について、表示制度の告知を取扱全店の店頭で掲示している。［家電量販］

５－３　顧客情報の把握・管理

流通事業者は、リコール等に対応するため、自社の販売形態や製品のリスク特性等を踏まえ、可能な範囲で顧客情報を把握、管理します。

［基本的な考え方］

顧客の購買情報は、消費者の安全を確保するための点検案内、製品事故・不具合、リコール時の連絡等に活用することができます。流通事業者は、製品の販売形態や製品のリスク特性等を踏まえ、可能な範囲で顧客情報を効率的に把握・管理します。

［解説］

店舗での対面販売において、製品の販売時に不特定多数の購入者から氏名・住所等の顧客情報を得ることは一般的に困難です。このため、流通事業者が顧客情報を把握する手段としては、顧客が自らの氏名、住所等の情報を登録する会員カード/ポイントカードを利用する方法があります。また、ウェブサイトを利用したユーザー・製品登録、購入製品のアンケート調査、保証書登録制度等も顧客情報を把握するための有効な手段と

なります。通信販売やインターネット販売の場合は、配送先の氏名・住所等を把握することができるので比較的容易に購入者情報を得ることができます。さらに、定期点検などで購入者宅を訪問する地域密着型の事業者は、購入者情報を把握し易い環境にあると言えます。

流通事業者は、自社の販売形態（店舗販売か、通信販売か）、製品のリスク特性（事故の可能性がある製品か）等を踏まえ、可能な範囲で顧客情報を把握することが望まれます。把握した顧客情報は、個人情報保護法を遵守し適切に管理する必要があります。特に顧客情報の流出は、企業姿勢を問われる重大な問題に発展するので、十分な情報管理体制を構築する必要があります[22]。

また、時間の経過とともに販売時に把握した顧客情報の把握が困難となる場合があります。例えば、引っ越し等により住所が変更になる場合があり、また、製品が譲渡・転売されることもあるため、必ずしも製品の購入者が現在の使用者であるとは限りません。このため、定期的に顧客にダイレクトメール等を送付する、顧客の来店時に再確認するなど、顧客情報を更新する工夫が必要となります。

[顧客の購買履歴を把握・管理している事例]

- ポイントカード会員データベース、インターネット販売履歴データベース、法人販売履歴データベース、更には当社の基幹系システムに販売履歴情報を蓄積している。[家電量販]
- 通信販売の特性を活かしてお届け先、お届け商品情報を社内に蓄積・管理し、リコール等の発生時に対応ができる体制を整えている。[通信販売]
- 顧客データには自社で販売した製品情報だけでなく、販売担当者が顧客を訪問した際に情報を入手し、他社で購入した製品の情報も登録している。[中小家電]
- 全ての購入顧客の情報（連絡先、購入履歴等）を管理し、リコール等が発生した場合には購入者全員に情報発信し対応している。[テレビ通信販売]

5-4　製品の設置・組立

流通事業者は、消費者に製品を安全に使用してもらうため、設置・組立作業が必要な製品について、適切に作業を実施できる体制を整備します。

[基本的な考え方]

流通事業者は、消費者が製品を安全に使用するため、製品を設置又は組み立てる作業（以下「設置等作業」という）が必要な製品について、適切な作業を実施できる体制を整備します。設置等の作業を行う者は、作業終了後、製品が正しく作動することを確認

[22] ISO10393 の 5.5（トレーサビリティ）には、製品のトレーサビリティは、製品が販売された場所を供給者が素早く特定できる点、適切な対象者にリコールを通知することができる点で、リコールのプロセスを進展するのを助けている旨が記載されています。

した上で、製品を安全に使用するための注意事項や使用期間中の保守・点検方法等についての説明を行います。また、消費者が自ら設置等を行う製品については、作業上の注意事項等を説明書等により正確に消費者に伝えて作業時の安全を確保します。

［解説］

製品の適切な設置工事や組立作業が行われなかったことによる製品事故・不具合等も発生しています。こうした設置作業ミスによる事故を低減させるため、設置工事や組立作業が必要な製品を取り扱う流通事業者は、適切に製品の設置等の作業を行うことができる体制を整備します。他社に作業を委託する場合は、委託事業者に安全かつ正確に作業を行うよう指示し、自社で設置等を行う場合は、作業者の技量等の向上を図ることが大切です。また、適切な設置作業等を行っても、使用者が誤った使い方をしたり、適切な保守・点検等を行わなかったことにより、事故につながるケースもあります。作業者は、製品の設置等に加え、使用者に対して製品を安全に使用するために必要な注意事項や使用期間中の保守・点検方法等についての説明を十分に行って、使用者に注意喚起を図ることが大切です。

［定期訪問で使用者に説明する事例］

- 製品の納品・設置時に配送スタッフが、製品を安全に使用していただくための操作方法等のポイントを説明している。また、操作方法や注意事項をまとめた簡易取扱説明書を作成して配布している。［中小家電］
- 設置工事が必要な製品については、自社の工事部が設置作業を行い、設置工事が不要の製品を含め、使用者に対して製品の取扱方法などを説明している。［中小家電］

製品の中には部品・部材状態で出荷され、それを店頭で組み立て・調整した上で消費者に販売する形態の製品（例えば自転車等）があります。こうした製品を取り扱う流通事業者は、供給者から提供されるセットアップマニュアルや点検表に従って正確な作業が実施できる作業者と、組み立て後の製品を確認する責任者を設けます。また、消費者に製品を引き渡す際は、製品の使用上の注意事項等の説明を行います。

一方、消費者が自ら設置・組み立て等を行う製品に関しては、一般に作業上の注意事項を記載した組立説明書等が製品に同梱されています。流通事業者は、組立作業が必要な製品を調達する検討段階で、組立説明書等の内容を確認するとともに、必要に応じて、実際に組立作業を実施して、誤組み立ての可能性や作業工程に危険がないかを確認することが望まれます。また、消費者からの問い合わせや苦情等が多い組立製品については、組み立て方法等に関する周知の仕方を工夫することが望まれます[23]。例えば、家具など消費者自身が組み立てを行う製品について、ウェブサイト上で動画等を配信して安全な

---

[23] ISO10377 の 4.6（消費者の役割理解）には、製品の組立、意図され安全な使用方法、維持、保管、寿命、及び廃棄についての説明書が消費者に提供されることが望ましい旨が記載されています。

組み立て方法等を説明している事業者もいます。

［ウェブサイト上で情報発信している事例］

- 自社のウェブサイトを活用し、組立手順の動画、組立前説明書などの情報を発信している。［家具・インテリア量販］
- 組立作業時の安全確保や商品使用時の転倒などを防止するため、自社ウェブサイトにおいて『家具の組み立てをしやすくするためのポイント』を写真付きで掲載している。［通信販売］

６．アフターサービスにおける製品安全確保の取組

６−１　消費者からの問い合わせ・相談・苦情等への対応

流通事業者は、消費者からの製品に関する問い合わせ・相談・苦情、製品事故・不具合等の情報の受付から解決までのプロセスに対応する体制を整備します。

［基本的な考え方］

流通事業者は、消費者からの製品に関する問い合わせ・相談・苦情、製品事故・不具合情報等の受付から解決までの一連のプロセスに迅速かつ適切に対応するため、対応部門の役割と権限を明確にするとともに、ISO10002（苦情対応マネジメントシステム）を参照するなどして、消費者からの問い合わせ等に適切に対応できる体制を整備します。

また、製品事故・不具合等に関する情報を、迅速かつ適切に収集する体制を整備します。製品不具合の兆候を可能な限り把握する観点から、いわゆるヒヤリハット情報や他社の類似製品の事故など幅広く情報を収集することが大切です。

［解説］

製品の使用方法や製品不具合、アフターサービスに関する相談や苦情の多くは、製品を購入した流通事業者に寄せられるため、流通事業者は、消費者からの問い合わせ、苦情等に適切に対応する必要があります。多種多様な製品を取り扱う規模の大きな事業者の場合は、大量の情報が消費者から寄せられるため、お客様相談窓口やコールセンター等を設置し、また、自社のウェブサイト上に消費者が直接アクセスできるサイトを設定するなど、組織的に対応する必要があります。一方、規模の小さい事業者は、販売担当者が直接消費者から寄せられる問い合わせ等に対応するのが一般的です。いずれにせよ、消費者からの問い合わせ等に関する基本方針を定めるなど、情報の受付から解決までの一連のプロセスに適切に対応できるようにします。

消費者からの問い合わせ等に適切に対応するためには、問い合わせ等に関する方針や相談窓口や対応部署等の役割・権限を明確化して、具体的な手順を定めておく必要があります。この点に関しては、苦情対応に関する国際規格であるISO10002（JISQ10002:2005「品質マネジメントー顧客満足ー組織における苦情対応のための指針」）が参考になります。同規格では、苦情の受付から応対、解決までの一連のプロセスを構築し、苦情を組織内で集約・整理し、それらの分析から製品・サービスの改善に活かすことが記載されています。

［問い合わせ等の基本方針の事例］

- ISO10002 に基づき「お客様対応基本方針」を策定し、自社のホームページおよびイントラネットに掲載している。また、「お客様対応基本方針」を記載したカードを作成し、社員は常時カードを携帯している。

＜お客様対応基本方針＞

１． お客様からのご意見、ご指摘への対応は、弊社の優先課題であると認識し、誠実かつ迅速な対応を心がけます。
２． お客様からのご意見、ご指摘は、組織をあげて対応いたします。
３． 不当な要求に対しては、毅然とした対応をいたします。
４． お客様の声を真摯に受け止め、貴重な情報として、より良い商品、番組、及びサービスの提供に役立てます。
５． お客様の個人情報は厳密に保護します。
６． 社会に対する責任として、関係法令及び社内の自主基準を遵守します。
７． お客様満足の向上を目指して、常に最善を尽くします。 ［テレビ通信販売］

［消費者からの問い合わせ等の対応の事例］

- 消費者からの問い合わせ、苦情は、お客様相談室が一元管理し、問い合わせ等の内容に応じた適切な対応を行っている。［家電量販］
- お客様の質問・問合せに対応する通話料無料のテクニカルセンターを設置し、センターには技術スタッフが常駐して商品の機能や操作方法、故障・修理に関する問合せ等に対応するとともに、出張修理サービスを行っている。［通信販売］
- 直接店頭でのお申し出を受ける他、全店舗に設置した「お客様声ボックス」、本部の「お客様相談室」、ウェブサイト上の「お客様の声」コーナーなどを通じて、製品に関する意見・要望を収集している。［総合スーパー］

消費者からの問い合わせ・苦情等の情報は、主に自社が直接販売した製品に関する情報となりますが、事業者や行政機関等の消費者以外からも製品の不具合（消費者に危害を及ぼす製品の不具合、危害を及ぼす可能性のある製品の不具合）、製品事故、リコール等に関する情報を収集し、自社の取り扱う製品や類似製品に該当製品がないか確認することが重要です。情報の収集にあたっては、製品不具合の兆候や製品事故の発生を予見させる欠陥等の兆候を可能な限り把握する観点から、いわゆるヒヤリハット情報や他社の類似製品の事故情報を含め幅広く収集します[24]。

[24] ISO10377 の 7.3（事前のデータ収集と分析）には、消費者の製品の使用法、不具合や欠陥品、製品改善について組織的に情報を得る方法として消費者クレームシステムを確立すること、4.6（消費者の役割理解）には、製品の使用に関する情報を消費者から得ることが望ましい旨が記載されています。

〔情報の収集先（情報源）の例示〕
- ✓ 自社の顧客対応部署等（相談窓口、販売部門、アフターサービス部門等）
- ✓ 事業者（製造・輸入事業者、卸・物流事業者、設置・組立事業者）
- ✓ 関係業界団体
- ✓ 消費者団体
- ✓ 行政機関等（経済産業省、消費者庁、製品評価技術基盤機構（NITE）、国民生活センター、消費生活センター　等）
- ✓ マスコミ

［収集する情報の内容の例示］
- ✓ 消費者からの製品に関する問い合わせや相談・苦情等に関する情報
- ✓ 設置事業者・修理事業者からの製品不具合・修理等の情報
- ✓ 供給者からの製品事故・不具合・リコール等に関する情報
- ✓ 業界団体が発信する会員企業等の情報
- ✓ 行政機関等が発信する重大製品事故・リコール・事故原因究明結果・商品テスト・市場調査等に関する情報
- ✓ 取扱製品に関する顧客満足度・アフターサービス等の市場情報

［情報収集の事例］
- ➢ 消費者等からの情報は社内システムに入力されて本社に集約される。システムには不具合や事故情報の他、顧客、従業員が経験したヒヤリハット情報も入力される。［家具・インテリア量販］

6－2　消費者情報の整理・共有・活用

流通事業者は、収集した情報を集約・整理して社内外の関係者と共有し、情報の傾向分析等を実施するなど、製品の改善・向上等に活用します。

［基本的な考え方］

流通事業者は、消費者等から収集した情報を製品の安全性の改善・向上等につなげることが大切です。収集した情報を有効に活用するため、情報を分類・整理して、目的に合わせて使用できるよう管理者を定めて一元的に管理するとともに、目的・用途・分析評価方法を明確にして社内の関係部門と情報を共有し、傾向分析等を実施します。また、収集した情報や分析結果を供給者等に提供して、製品の改善・向上に役立てます。

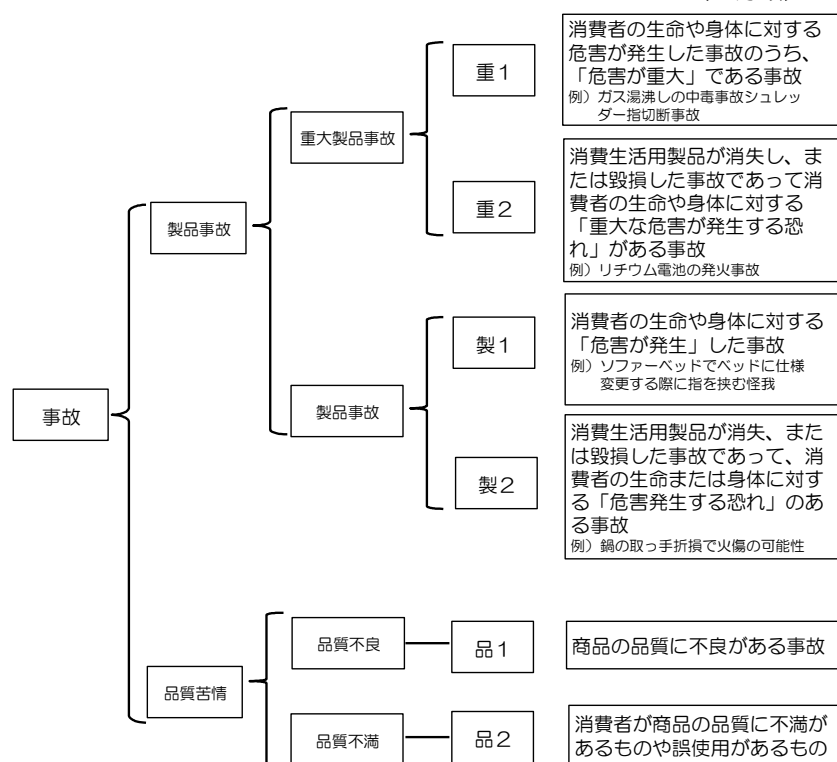
［解説］

収集した情報は、使用目的に合わせて検索、使用できるよう可能な限りデータベース化して管理し、組織内で適切に伝達、共有化することが重要となります。このため、収集に携わる関連部門の役割・権限を明確化し、適切な指揮命令系統を整備した上で、情報が経営者を含め社内の関係者に迅速に伝達される体制を整備します。

また、流通事業者は、消費者等から収集した情報を分類・整理し、情報の目的・用途・分析評価方法を明確にした上で、社内の関係部門に情報を展開して傾向分析や原因分析等を行います。情報の分類方法については、例えば、重大事故情報→事故情報→不具合情報→問い合わせ・苦情等というように、緊急性の高い情報からリスクに応じて情報を整理・分類する方法が有用です。緊急性が高い情報については、経営者や幹部に迅速かつ確実に伝達される仕組みを整備します。また、供給者に対して消費者情報や自社の分析結果等を提供し、供給者の製品の改善・向上や不具合等の原因分析に協力します[25]。

主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、自らが製造事業者と同等の責任を負う場合があります。このため、供給者とともに製品不具合等の原因分析を主導的に行って製品の改善・向上等を図る必要があります。

［情報の分類・整理の取組事例］

- 収集した事故情報の内容について、消費生活用製品安全法に基づき、重大製品事故、製品事故、品質不良などに分類し（６分類）、分類の内容によって取引先や検査機関において原因究明調査を実施。［総合スーパー］

- 情報の重要性を４段階に分類し、緊急性が高い情報は２日～５日（48～120 時間）以内に指定し対応する。［家具・インテリア量販］

---

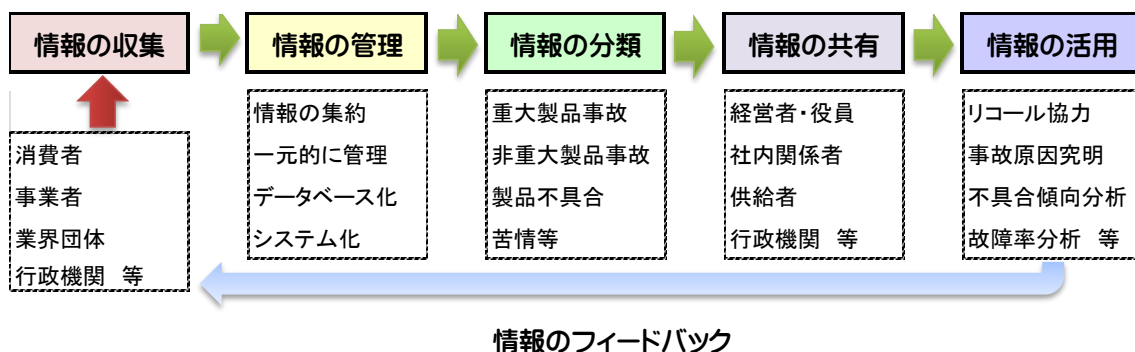
[25] ISO10377 の 4.6（消費者の役割理解）には、製品の継続的改善に役立てるため、消費者情報を分類整理すること、供給者に事故を報告し潜在的なハザードを発見するための情報提供を行うこと、7.4（消費者製品適合性の継続的アセスメント）には、多様な情報源からの消費者データ分析が記載されています。

[情報を社内外で共有している事例]

- 製品不具合やリコール情報等は、全社員が閲覧できる社内電子掲示板に掲示され、販売員、マネジャーは掲示板を確認する。また、各店舗の朝礼の際に社員に情報を周知するとともに、店内掲示板（通路、休憩場等）に貼り出しを行う。[家電量販]
- 毎日の朝礼で、メーカーから提供される製品不具合・事故・リコールなどの情報を社員に共有している。[中小家電]
- 顧客からの苦情等や提案を吸い上げてメーカーの担当者と情報を共有している。[中小家電]
- 顧客からの品質不良、商品事故に関する情報を自社基幹システムにて管理し、情報をリスク分類し経営層を含めた社内関係者に速やかに電子メールで配信する。また、顧客の声を社内に共有するため、レポートをイントラネットに毎日掲載する。[テレビ通信販売]
- 消費者からの問い合わせ内容は全てデータベースに記録・管理し、重大事故につながる可能性のある情報は、直ちに関係者に電子メールやＰＣ掲示板で共有し、リスク評価を行っている。[通信販売]
- お客様相談室（コールセンター）、全店舗・全配送センターが入手した情報を本部に集約して一括管理し、担当部署、担当者、責任者等に伝達されるシステムを構築している。[家具・インテリア量販]

[情報を調査、原因分析に活用している事例]

- 顧客の声を供給者に伝え、商品・番組・サービスの改善と品質向上に活用している。[テレビ通信販売]
- 顧客から寄せられた苦情等に関して取引先や検査機関に調査を依頼し、その調査結果を社内事故報告書にまとめて顧客に報告している。また、原因調査を実施し、不具合が発生している場合は、販売中止、告知、商品回収等の措置を実施するとともに、メーカーと協力して品質改善を行う。[総合スーパー]
- 顧客からの情報は全て確認し、事故又は事故につながる情報を抽出して原因分析を行い、再点検等の実施を検討する。また、自社のシステムに蓄積された情報は、顧客満足度分析、顧客への情報発信、商品企画などに活用するとともに取扱説明書や自社基準の改定の参考としている。苦情情報は全てメーカーに連絡し、次回の製品改善につなげている。［通信販売]

[情報の収集から活用までの流れ]

６－３　製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備

流通事業者は、製品の安全性を確保するために、必要に応じて、保守・点検・修理等を迅速、適切に実施する体制を整備します。

［基本的な考え方］

アフターサービスには、一般的に製品の現状を維持する「保守」、製品の異常の有無を確認する「点検」、製品に不具合が発生した際に使用可能な状態に復元する「修理」、製品に付与される「保証制度」等がありますが、流通事業者は、適用される法令・制度、製品特性、業界の慣行等を踏まえ、必要に応じて、アフターサービスを適切に実施する体制を整備します。これらのアフターサービスを通じて得られる製品に関する情報は、製品の改善・向上に有益な情報となります。

消費者が保証制度等により、不具合が発生した製品の修理等を求めた場合は、速やかに製品の修理、交換等を行って製品の安全性を維持・回復するとともに、修理等の情報を供給者にフィードバックして製品の改善・向上等に協力します。

［解説］

製品の特性によっては、販売から使用停止まで保守・点検・修理をほとんど必要としない製品がある一方、長期使用製品安全点検制度の対象製品のように、製造事業者に点検が義務付けられているものもあります。このため、流通事業者の役割も、取り扱う製品の種類、製品への関与の程度、供給者との関係や業界の慣習等によって異なり、流通事業者自らがアフターサービスを実施するケースや専門の子会社を設立するケース、専門の事業者に委託するケース、供給者に対応を委ねるケースなど様々です。流通事業者は、取り扱う製品や業界の特性、事業規模等を考慮し、必要に応じて適切な手段によりアフターサービスを実施できる体制を整備することが望まれます[26]。

［製品の修理等における製品安全確保の事例］

- 自社で修理部門を持ちグループ内で修理に対応できる体制を整備し、サービスマンが修理した製品の故障内容や症状などをサービスマン自らがイントラネット上に登録して関係者が共有できるようにしている。［家電量販］
- 製品の販売からの期間ごとの故障率・故障内容を集計・分析し、月１回メーカー等への報告会を開催している。また、故障・修理データを基に、販売台数に対して故障発生率が高い製品をメーカーに連絡し、調査を依頼している。調査結果により、対象製品を購入した全ての顧客に連絡して自主点検の対応等を実施する場合もある。［家電量販］

---

[26] ISO10377 の 7.5（保証とサービス）には、製品が消費者に販売された後、設置、保証、サービス、修理、又は交換部品の用意を含む継続的なサポートを提供する旨が記載されています。

➢ メーカーからの要請があれば、アフターサービス部門（子会社）が購入者に連絡し訪問点検・修理を行う。また、自社の修理履歴データに基づいて製品ごとの故障特性を分析し、製品の改善提案をメーカーに伝えるなどメーカーの製品開発・改良に協力している。［家電量販］

また、製品の購入者宅を定期訪問して点検や修理等のサービスを提供する流通事業者は、訪問時に製品本体の状態を確認するだけでなく、製品使用の状況等も確認し、適切な助言を行うことが望まれます。特に、不具合が生じる可能性が高い製品や、経年劣化による事故が懸念される製品を長期間使用している場合は、製品の買い替えを含めた注意喚起を行います。

［定期訪問時に点検、注意喚起等を行う事例］

➢ 販売後に、営業担当者が定期的に購入者宅を訪問した際に、製品の点検とともに使用方法をチェックし、危険な使い方をしている場合や長期的に使用されている製品について注意を促している（例：石油ファンヒーター、洗濯物、タコ足配線、10 年以上前の扇風機等）。［中小家電］

➢ 毎月社員が顧客宅を巡回訪問し、購入した製品の不具合や使用状況の点検等を実施している。また、エアコンなどの季節商品については、季節毎に無料点検訪問を行っている。販売後 1 年以内に重大な故障が発生した場合は、新品との交換を実施し、故障の原因が不明の場合には、各社サービス会社責任者及びメーカー責任者立会いの下、お客様宅を訪問して状況解析を行っている。［中小家電］

製品の保証制度も製品の特性や業界の慣習等により、適用される期間や範囲、費用負担などが異なります。保証制度が適用される製品を取り扱う流通事業者は、保証制度を製品の安全確保のためのツールとして活用するため、以下の仕組みを検討します。

［保障制度活用の例示］

✓ 消費者に保証条件（保証範囲、保証方法、保証期間等）を説明し、製品不具合の連絡を受けた際は適切に修理等を実施できる体制の構築
✓ 保証制度を通じて市場から得られる情報（使用方法・期間・頻度、不具合の内容、修理方法、交換部品等）を社内の関係部門や供給者に展開し、製品の改善・向上等に反映できる体制の構築
✓ 製品の保守・点検・修理等を実施してもらうため、消費者が費用の一部を負担することも視野に入れた延長保証やメンテナンスパッケージの導入の検討

７．製品事故・製品不具合発生時の取組

７－１　製品事故・製品不具合への対応

流通事業者は、法的責務及び社会的責任を踏まえた上で、製品事故・不具合を認識した際は、被害の拡大防止に必要な対応を迅速かつ適切に実施します。

［基本的な考え方］

流通事業者は、製品事故・不具合等を認識した場合は、リコール協力を含む対応を迅速かつ適切に実施して、被害の拡大防止に努める必要があります。製品事故・不具合への対応には、経営者がリーダーシップを発揮して取り組むことが重要であり、平時から能動的に製品安全に取り組む企業文化を醸成するとともに、製品事故等に対応する社内体制を整備する必要があります。

また、流通事業者の法的責務としては、消費生活用製品において生じた製品事故に関する情報を収集し、一般消費者に対し適切に情報を提供するよう努めるとともに、死亡・重傷・火災等の重大製品事故が生じたことを知ったときは、該当製品の製造又は輸入事業者に通知するよう努めなければなりません（消費生活製品安全法（以下「消安法」という）第 34 条）。また、非重大製品事故の発生を知ったときは、独立行政法人 製品評価技術基盤機構（以下「NITE」という）に報告することが求められています[27]。

［解説］

(1)製品事故・製品不具合発生時の対応

消費生活用製品を取り扱う流通事業者等は、消安法第 34 条第 1 項の規定に基づき[28]、自社の顧客だけでなく一般消費者に対し製品事故の情報を収集し提供するよう努める必要があります。消費生活用製品の重大製品事故情報は、消費者庁が毎週、火曜日、金曜日に公表しており、非重大事故情報は、NITE が毎週金曜日に公表しています。また、リコール情報については、事業者からの報告に基づき、経済産業省が公表しています。流通事業者は、これらの情報を収集し、自社の取り扱う製品に該当製品がないか確認するとともに、消費者に情報を提供するなど、適切な対応を行うことが求められます。また、製品事故・不具合やそれを契機とするリコール等の有事に対応する体制を整えるとともに、役職員の危機対応能力の向上を図ることが求められます。

---

[27] 経済産業省通達「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供及び業界における体制整備の要請について（平成 21 年 9 月 1 日）」及び「消費生活製品等による事故等に関する情報提供の要請について（平成 23 年 3 月 4 日）

[28] 消費生活用製品安全法第 34 条第 1 項：消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければならない。

［重大製品事故情報］消費者庁
http://www.caa.go.jp/safety/index.html

［非重大事故情報］ 製品評価技術基盤機構（NITE）「最新事故情報」
http://www.nite.go.jp/jiko/sokuho/index20.html

［リコール情報］経済産業省「製品安全ガイド　リコール情報」
http://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html

［製品事故・不具合発生時の対応事例］

- 事故情報受付時の対応マニュアルを作成し全ての接客部門でマニュアルの運用を徹底している。事故情報を受け付けた場合は、その日のうちに特設メンバーに報告し方針を協議する。重大製品事故情報については、緊急レポートラインにより社長、経営幹部を含む対策メンバーに共有する。緊急連絡網は、夜間・土日祝日も例外なく対応できる体制を整備している。製品不具合が発生した場合は該当製品の出荷配送を停止し、改善策実施後に出荷を再開する。類似商品も含めお客様からの不具合情報データベースから、R-map や高齢者、乳幼児の場合の危険度を加味し、販売継続の可否や販売したお客様への対応について判断をしている。［通信販売］
- リスクマメジメント規程と商品安全リスクに関する対応要領を作成し、重大製品事故等のリスク発生後１２時間以内に報告、緊急危機対策本部を設置するなどの社内ルールを策定している。インターネット上のリコール情報を毎日収集し、自社販売商品との照合を行い、対応が必要な場合は規程に基づいて対応をとる。［通信販売］
- 事故情報、コールセンター受信の事故情報を早期問題発見システムにより社内共有し、問題のある製品の現物を解析して被害の拡大防止を図っている。製品不具合・事故は、品質改善会議で対策を検討し実施する。［家具・インテリア量販］

(2) 重大製品事故発生時の対応

消安法に基づく重大製品事故が発生した場合、製造・輸入事業者は、重大製品事故の発生を知った日より 10 日以内に消費者庁に報告する義務があります。小売販売事業者等についても、消費生活用製品安全法第 34 条第 2 項の記載に基づき[29]、重大製品事故の発生を知ったときは、その旨を該当製品の製造事業者又は輸入事業者に通知するよう努めなければなりません[30]。

特に、ＰＢ製品を取り扱うなど、主体的に製品の企画・設計・生産に関与している

[29] 消費生活用製品安全法第34条第2項:消費生活用製品の小売販売、修理又は設置工事の事業を行う者は、その小売販売、修理又は設置工事に係る消費生活用製品について重大製品事故が生じたことを知ったときは、その旨を当該消費生活用製品の製造又は輸入の事業を行う者に通知するよう努めなければならない。

[30] ISO10393 の 5.2（事故通知）には、製品事故に関する情報を収集し、必要に応じてステークホルダーに伝達するシステムを有すること、行政当局、認証機関及びその他の報告組織に、製品が危害を及ぼした又は危害を及ぼす潜在性を持つことを通知することが望ましい旨が記載されています。

流通事業者は、製造・輸入事業者に対して、遅滞なく事故の発生を通知するとともに、製造・輸入事業者が速やかに消費者庁へ報告するよう促すことが望まれます。

[重大製品事故]
重大製品事故の要件は、消安法施行令等に定められており、次のいずれかに該当する事故が報告の対象となります。
ａ．一般消費者の生命又は身体に対する危害が発生した事故のうち、危害が重大であるもの。[死亡事故、重傷病事故（治療に要する期間が 30 日以上の負傷・疾病)、後遺障害事故、一酸化炭素中毒事故]
ｂ．消費生活用製品が滅失し、又はき損した事故であって、一般消費者の生命または身体に対する重大な危害が生ずるおそれのあるもの［火災]。

(3) 重大製品事故以外の事故（非重大製品事故）発生時の対応

非重大製品事故については、事故の発生を知った日から可及的速やかに（目安として１０日以内に)、最寄りの NITE 本部又は支所に報告することが求められています。報告の対象となる非重大事故の目安は、重大製品事故が発生するおそれがあるもの、消費者がけがをしたとの情報があるもので、例えば、火災に至らなかったものの製品内部で焼損・発煙・発火・異常発熱したものや、消費者が火傷をしたという事象が該当します。

報告にあたり、製品破損に関する情報については、消費者の不注意や誤使用の疑いがある場合であっても、製品起因の可能性もあることから、限定的な解釈や予断は避け、単に外観や安全性と関係のない性能に関する破損が明らかである場合を除き、可能な限り前広に報告することが大切です。報告の内容、項目等については、巻末の通知書様式（P83）を参照して下さい。

[非重大事故報告様式及び NITE 本部及び支所の所在]
独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE)「事故情報の報告先一覧」
http://www.nite.go.jp/jiko/index10.html

[製品事故・不具合発生時の対応事例]

➢ 重大製品事故等の場合は、社内自主行動基準に従い社長、役員に報告し、消費生活用製品安全法に基づき行政機関や NITE に速やかに報告している。[総合スーパー]

7-2　製品リコールへの対応

流通事業者は、製品リコールに積極的に協力するなど、消費者の被害の拡大を防止するよう努める必要があります。

[基本的な考え方]

流通事業者は、消費者により近い位置に存在し、消費者からの情報がいち早く届くことが多いことから、リコール等の対応に重要な役割を果たすことが期待されています。このため、流通事業者は、製造又は輸入事業者が実施するリコール等に対して、積極的に協力する責務があります（消安法第 38 条第 2 項、第 3 項[31]）。流通事業者は、迅速かつ適切なリコールを実施するために、リコール対応を想定した体制を整備します。

＜流通事業者に期待されるリコール対応＞

○リコール製品の店頭からの撤去、販売中止

○顧客情報等を活用したリコール情報の当該製品の所有者への連絡（直接連絡できない場合、リコール情報の店頭掲示等による注意喚起）

○緊急回収が必要な場合、リコール製品の販売数量、在庫数量、顧客情報、修理履歴等の情報を、個人情報に係る守秘義務契約を交わした上で供給者に提供

等

特に、製品の企画・設計・生産に主体的に関与している流通事業者の場合は、自社が扱う製品の事故や事故を予見させる欠陥等の兆候を発見した際は、流通事業者自身による主導的なリコール対応が求められる場合があります。リコールを実施する場合には、事前に経済産業省に相談するとともに、リコールに関する開始の報告や進捗状況の報告を行う必要があります[32]。

[解説]

流通事業者は、製造又は輸入事業者である供給者が実施するリコール等に積極的に協力する責務があります。リコールに迅速かつ適切に対応するため、事前にリコール対応の手順、情報伝達経路、意思決定等の体制について、対応マニュアルを作成して社内に

---

[31] 消安法第 38 条第 2 項：消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとろうとする　前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。
第 38 第 3 項：消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者が次条第一項の記載による命令（注：経済産業大臣の危害防止命令）を受けてとる措置に協力しなければならない。
IS010393 の 4.（一般要求事項）には、全ての供給者は製品リコール実施に備えておくことが望ましい旨が記載されています。

[32] 経済産業省通達「消費生活用製品等による事故等に関する情報提供及び業界における体制整備の要請について（平成 21 年 9 月 1 日）」及び「消費生活製品等による事故等に関する情報提供の要請について（平成 23 年 3 月 4 日）

周知するなど、リコールを想定した社内体制を整備します。リコールへの対応、体制整備にあたっては、経済産業省の「消費生活用製品のリコールハンドブック 2010（平成19年11月発行、平成22年5月改訂）」を参考として下さい。

［リコール対応マニュアル作成の事例］

１． 目的

この規程は消費者の生命や身体の危害拡大の防止を第一に考え、「商品事故・商品不具合・不当表示等やその兆候がある場合、いかに迅速かつ的確にリコールを実施するか」「リコールのフォローアップをいかに実施して実効性を高めるか」について基本的な考え方および手順を示すことを目的とする。

２． 用語の定義

３． 商品トラブル対策事務局

４． トラブル発生時の対応策

５． 事実関係の把握

６． 原因究明

７． 顧客への対策を実施するか否かの判断と顧客対応方法の決定 ［テレビ通信販売］

流通事業者に期待されるリコール協力の内容は、「基本的な考え方」に示したとおり、該当するリコール製品の店頭からの撤去・販売中止のほか、リコール情報の消費者への伝達や緊急回収における供給者への協力などが挙げられます。

リコール情報を消費者に伝える方法としては、供給者が行う社告やプレスリリース、ウェブサイト掲載、記者会見等に加えて、流通事業者の店頭掲示板やウェブサイトでの告知、顧客情報を活用した連絡（ダイレクトメール、電子メール、電話等）が有効なツールとなります。

［リコール製品の店頭撤去、店頭ＰＯＰ等での告知の事例］

- リコールが発生した場合、取引先やメーカーから情報収集を行い、本部から全店の店長に直接電子メールで緊急情報を発信し対象製品の販売を中止する。製品の回収状況についてメーカーに情報共有するなど、メーカーが実施するリコール活動に積極的に協力している。［総合スーパー］
- メーカーがリコールを実施する際には、公表日に来店した顧客が混乱しないよう、情報を公開する前日までに店舗から対象製品を撤去し、製品が陳列されていた場所やレジにＰＯＰを表示して顧客に注意喚起を行う。［総合スーパー］
- 供給者のリコール実施時は、自社の店頭ＰＯＰ、ウェブサイト等でリコール情報を掲載し、対象顧客 100%回収を目標としている。［百貨店］
- メーカーのリコール情報がホームページ上でわかりにくい場所にある場合や重大事故に繋がるリコール情報の場合は、自社のホームページのトップページに掲載する。また、リコール製品の回収率を高めるため、わかり易いダイレクトメールの作り方やリコール対象機種の捕捉方法などのアイデアをメーカーに提供している。［家電量販］

［顧客の購買情報を活用したリコール情報の提供事例］

- メーカーと協議してリコールの実施を検討している。協議の際の検討資料として過去の修理履歴データを活用している。リコールの実施を決定した後は、顧客にダイレクトメールを送付し、その後電話連絡して情報が確実に消費者に届くようにフォローしている。［家電量販］
- ポイントカードやインターネットの販売履歴などのデータベースからリコール製品の購入者情報を抽出してダイレクトメールを送付する。［家電量販］
- メーカーからリコールの連絡があった場合、過去の販売データから対象となる顧客を抽出して即日電話連絡するとともに、顧客宅を訪問して製品を回収している。また、メーカーに顧客リストを提出している。［中小家電］
- リコールの回収率を上げるため、電話・書面・Ｅメール等の手段を駆使し、購入者に情報を伝達している。また、自社ウェブサイト内でも広くリコール情報を告知している。［通信販売］

また、製品の回収状況等の情報を供給者と共有し、供給者が行う追加対策に協力するなど、流通事業者と供給者が綿密に連携してリコール回収率の向上を図ることが重要です。

一方、ＰＢ製品を取り扱うなど、製品の企画・設計・生産に主体的に関与している流通事業者の場合は、自社が扱う製品の事故や事故を予見させる欠陥等の兆候を発見した際は、流通事業者自身による主導的なリコール対応が求められる場合があります。リコールに関する留意点については、経済産業省「消費生活用製品のリコールハンドブック2010」、「製品安全に関する事業者ハンドブック」（114～120 ページ）などを参考にし、リコールを実施する場合は、「製品リコール開始の報告書」「リコール進捗状況の報告書」を経済産業省に提出する必要があります。両報告書の様式は、巻末（P84、P85）を参照してください。

［報告様式］経済産業省「製品安全ガイド」事故情報報告・リコール報告フォーム

http://www.meti.go.jp/product_safety/form/index.html

［リコール実施の決定事例］

- 不具合や事故の発生件数だけでなく、事象のリスクの大きさを重視し、本社の製品担当役員がリコールの決定を行う。リコール情報は販売履歴データに基づいて個別に情報を提供するとともに、店頭、ウェブサイト、ツイッター、フェイスブック、メールマガジンなどでリコール告知を行っている。［家具・インテリア量販］

7-3　事故原因の究明と再発防止

流通事業者は、事故情報等を供給者に提供するなど、供給者の原因究明等に協力し、事故被害の拡大防止・再発防止に努めます。

[基本的な考え方]

流通事業者は、事故被害の拡大・再発防止を図るため、消費者から製品事故・不具合等の連絡があった場合は、事故等の状況を可能な限り具体的に聴取し、供給者や原因究明機関等に報告して、原因究明、是正措置の実施等に協力します。供給者の原因究明や是正措置が不十分な場合は、必要に応じて、供給者に追加の対応を求めます。また、自社のウェブサイトや店頭等において、製品事故等の情報や原因究明の結果等を消費者に提供して注意喚起を促します。

一方、製品の企画・設計・生産に流通事業者が主体的に関与している場合は、流通事業者が主導的に製品事故・不具合等の原因究明及び是正措置を迅速かつ適切に実施し、被害の拡大防止・再発防止に努める必要があります。

[解説]

製品事故等の原因究明は、、供給者、流通事業者としての法的、道義的責任の範囲、リコールの是非、内容を検討するための前提となり、また、新製品開発や製品仕様の見直しなど再発防止策を検討するための前提となるなど極めて重要です。

このため、流通事業者は、消費者からの情報や自ら収集した製品事故等の情報を、迅速に供給者や NITE 等の原因究明機関等に報告するなど、製品事故等の原因究明と再発防止に協力することが求められています[33]。

[供給者等への提供が期待される情報等の例示]

- ✓ 製品事故・製品不具合が発生した製品の情報、事故現品
- ✓ 製品事故・製品不具合の発生状況
- ✓ 被害を受けた顧客に関する情報（ただし、個人情報保護の観点から、顧客本人の同意が前提となる）
- ✓ 同種製品におけるこれまでの製品事故・製品不具合情報のほか、苦情・クレームの受付状況（件数、内容、顧客属性等）　等

流通事業者は、供給者から原因究明の結果等についての提供を求め、自らも原因究明結果の妥当性を検証し、供給者の原因究明が不十分と判断した場合は、供給者に対してリコール対応を含む再発防止策の再検討を要請することが望まれます。

[33] ISO10393 の 7.3（再発防止のための是正措置）には、事故発生の可能性を減少させるため是正措置を実施することが望ましい旨が記載されています。

[供給者の原因究明結果の妥当性を検証する際の留意点]

（事故原因の検証・分析）

- ✓ 必要十分な情報・データ*に基づいて事故原因の検証・分析が実施されているか。
  - ＊ 事故現品、事故発生時の状況、再現試験の結果、設計・製造段階でのリスクアセスメントのレビュー結果等

（再発防止策の検討・実施）

- ✓ 事故原因の検証・分析に基づき、具体的な再発防止策（リコール実施を含む）の検討が行われているか。
- ✓ 過去の事故事例を踏まえた再発防止策が確実に実施されているか。
- ✓ 類似製品についてもリスク分析を実施し、必要に応じた再発防止策を検討・実施されているか。

（情報共有・フィードバック）

- ✓ 原因究明結果や再発防止策に関する報告は、迅速かつ適切な内容となっているか。
- ✓ 顧客対応（事故状況や再発防止策などの情報提供・説明等）に協力的であるか。

[不具合等の原因究明結果の妥当性を検証している事例]

- ➢ 社内横断的な会議を隔週で開催し、製品安全を含むトラブルの原因を究明して再発防止策を講じ、また再発防止が有効であるか確認する。商品に関する重要情報は必ず供給者に連絡し、供給者の調査結果の開示を求め、また、トラブルを起こした供給者に対して再発防止の報告書を要求する。改善策の実施状況を確認するため、必要に応じて生産工場調査を実施している。[テレビ通信販売]
- ➢ 不具合情報を分析し、不具合の原因を究明してメーカーに製品の見直しを提案し、事故のおそれがある製品については、メーカーにリコールを提案している。[家電量販]
- ➢ 修理受付等の状況分析、または自社の商品検査の結果に基づき、メーカーに調査を依頼し、双方の情報・検査結果を検証し、製品の改善につなげている。[家電量販]
- ➢ 取引先との連絡会を定期的に実施し、原因究明と再発防止策を検討している。[通信販売]

一方、ＰＢ製品を取り扱うなど、製品の企画・設計・生産に主体的に関与している流通事業者は、自社が取り扱う製品に事故や不具合等が発生した場合、主導的に原因究明や是正措置を実施し、被害の拡大防止・再発防止を図ることが求められています。製品に起因する事故であった場合は、供給者に対して是正措置を講じるよう指導するとともに、必要に応じて生産工場の調査を実施して再発防止に努める必要があります。流通事業者が自ら主導的に原因究明や是正措置を実施する場合の留意点については、「製品安全に関する事業者ハンドブック」（P109～113）などを参考にして下さい。

［主導的に不具合等の原因究明を実施している事例］

- 消費者から収集した苦情・不具合・事故情報を基に、技術者が自社の製品検査施設において原因調査を実施して製品企画に反映している。［家具・インテリア量販］
- 自社で製品不具合の内容を解析して再発防止策を作成し、未然防止のため仕入先の指導、類似商品への水平展開を実施するとともに、顧客から回収した不良品についての原因分析を実施し、分析結果をもとに委託製造業者に改善指導を行う。［家具・インテリア量販］
- 製品不具合については、発生状況の再現試験等を実施して発生メカニズムを解明し、自社基準の改定や消費者への啓蒙などを実施するとともに、自社の事故事例や他社の類似品の事故情報等で危険が生じる製品と判断した場合は、注意喚起をするほかに、状況により、出荷停止、製品回収、対策部材の送付など、事故の再発防止に努めている。［通信販売］

８．ステークホルダーとの連携・協働

８-１　製造・輸入事業者、設置・修理事業者等との連携・協働

流通事業者は、製造・輸入事業者、設置・修理事業者等とのコミュニケーションの充実化を図り、信頼関係を醸成して連携・協働する必要があります。

［基本的な考え方］

流通事業者は、製造・輸入事業者から安全な製品を調達して販売するとともに、販売した製品に不具合や事故等が発生した場合は、製造・輸入事業者との協働が求められます。特に重大製品事故が発生した場合は、製造・輸入事業者への報告や、製造・輸入事業者が行うリコールへの協力が求められます。また、製品の設置・組立や点検・修理等を委託する事業者等も重要なステークホルダーとなります。これらの事業者とのコミュニケーションの充実を図り、信頼関係を醸成した上で、連携･協働する必要があります。

［解説］

流通事業者は、製造・輸入事業者、設置・修理事業者等（以下「取引先等」という）と連携・協働し、様々な取組を通じて製品の安全確保に努める必要があります。

消費者から得られる製品に関する様々な情報は、製品の購入先である流通事業者に集まり、また、製品の修理や不具合に関する情報は、設置・修理事業者を介して流通事業者に報告されます。製品の安全確保を実行あるものとするためには、流通事業者が入手した情報を取引先等との間で共有するとともに、取引先等に対して自社の製品安全に関する考えや取組に関する理解を醸成する必要があります。

このため、取引先等と定期的に交流する機会を設けて、製品安全情報や取組についての情報交換、意見交換を行うなどの取組が有効です[34]。また、取引先等の製品安全に対するモチベーションの向上を目的に、啓発・教育の機会を提供するのもひとつの方法です。

［取引先等との交流事例］

- 取引先、検査機関、関係機関等に対し、顧客より寄せられた商品に関わるお申し出内容の共有や新基準や最新の検査方法等の啓発を目的とした情報共有会議を開催。また、取引先にフィードバックする仕組みとして、毎年春と秋に取引先を集めた品質改善会議を開催している。実際のクレーム内容の開示等を行うとともに、研修、展示会（品質改善提案会）を実施している。さらに、必要に応じ関係省庁や専門機関有識者を招いて製品安全等についての講演を行っている。［総合スーパー］

---

[34] ISO10377 の 3.7（情報共有）には、製品の性能・整合性及びリスクに関する情報をサプライチェーンのメンバーと常に共有する旨が記載されています。

- 供給者と定期的に品質改善会議や合同説明会を開催している。[コンビニエンスストア]
- 製造委託先を招いて集合研修を実施して製品安全情報を共有している。[中小小売業]
- 取引先を招いて優れた海外生産委託先の工場見学会を実施している。[家具・インテリア量販]
- 取引先向けの品質管理学習会を開催し情報提供を行っている。[通信販売]
- メーカーによる顧客情報等の調査・ヒアリングに協力している。[中小家電]
- 製品安全推進活動に特に協力・貢献した取引先に対して感謝状を贈呈し、より一層の協力を促している。[通信販売]

また、消費者等から収集した情報を分析した結果、製品に問題点が発見された場合などは、製品の安全向上策等を提案するなど、積極的に取引先等に働きかけることが望まれます。

[取引先等への働きかけ、連携の事例]

- ＰＢ製品で始めた製品本体への注意表示シールの貼付を取引先にも働きかけている。[総合スーパー]
- お問い合わせ・苦情・修理等の情報分析結果、自社の検査結果等を供給者に伝え、供給者側で双方の調査、改善結果を検証して製品の改善につなげている。[家電量販]
- 誤使用や経年劣化による事故を防止するため、メーカーと連携をとって、自社の購入履歴情報データベースを活用して注意喚起のダイレクトメールを発送している。[家電量販]
- 安全基準が明確でない場合、製品を製造している各メーカーに対して協会を設立して安全基準の制定を促すなどの取組を行っている。[コンビニエンスストア]

製品事故等の有事の際には、取引先等と綿密な連携・協働を図ることで製品事故の拡大防止に大きく寄与することができます。このため、緊急時における対応について取引先等からの依頼事項等を確認しておくなど、平時からコミュニケーションの充実を図り、信頼関係を構築しておくことが重要です。

8-2　消費者との連携・協働

流通事業者は、消費者とのコミュニケーションの充実化を図り、信頼関係を醸成して連携・協働する必要があります。

[基本的な考え方]

製品事故の情報を含め、製品に関する安全情報を消費者に提供することは、事故の未然防止に効果的であり、消費者に対して説明責任を果たす観点からも重要です。情報提供にあたっては、消費者が理解し易い内容と方法で情報を提供する必要があります。

一方、消費者からの製品に関する問い合わせ・苦情等は、製品事故の拡大防止、再発

防止に貴重な情報となります。流通事業者は、問い合わせ等の窓口の明確化、受付手段の多様化を図るなど、消費者が連絡しやすい環境を整えて積極的に情報を収集します。

［解説］

(1) 消費者への情報提供

消安法第34条1項では、流通事業者の責務として、製品事故に関する情報を収集し、一般消費者に対し適切に情報提供することが求められています。特にリコール対応において、製造・輸入事業者に協力して消費者にリコール情報を迅速かつ適切に提供することが重要な取組となります。

また、流通事業者は、製造事業者が意図する製品の正しい使用方法や注意事項、保証内容やアフターサービスの内容、製品不具合発生時の対応等についての情報を様々な媒体を通じて消費者に発信し、消費者の注意喚起を促して誤使用等による製品事故の未然防止に努める必要があります（情報提供の方法は、「５－１製品安全情報の消費者への提供」を参照）。

製品の説明を消費者に対して直接行う機会は、店頭での販売時が一般的ですが、製品の設置・組立作業や、顧客宅を訪問して点検・修理等のサービスを提供する機会を捉えて、製品の使用方法、使用上の注意事項に関して、消費者に適切な助言を行うことが大切です。また、消費者に安全情報が正しく伝わっていることを確認するため、アンケート調査等を実施してその傾向を把握するなど、提供した情報の効果検証を行うことが望まれます。

(2) 消費者からの情報収集

消費者から得られる製品に関する苦情や不具合情報等は、製品事故の未然防止や製品の改善・向上等に有益な情報となります。このため、流通事業者は、消費者から積極的に情報を収集し、取引先等と情報を共有することが重要となります。

情報の収集にあたっては、受付窓口を明確にし、受付の手段を電話、電子メール・ウェブサイト、店頭など多様化して消費者が情報を提供しやすい環境を整備することが重要です。また、収集した情報を有効に活用するため、収集する情報の内容を事前に精査しておく必要があります。特に、製品不具合・事故情報については、供給者や事故原因究明機関等の原因究明に役立つかたちで情報を得るため、消費者から製品不具合等の状況を可能な限り具体的に聴取します。

〔消費者からの情報収集手段の例示〕
- ✓ お客様窓口（電話・電子メール・郵便・面談）を通じた情報
- ✓ ウェブサイトからの問い合わせフォームからの情報
- ✓ アンケートの回答や製品保守登録はがき等からの情報
- ✓ 設置事業者・保守点検修理事業者からの情報
- ✓ 消費者団体、消費生活センターからの情報
- ✓ 新聞、雑誌、テレビ等のメディアに掲載される消費者の動向等の情報
- ✓ ネット掲示板等への書き込みからの情報　等

８-３　業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働

流通事業者は、業界団体や外部機関等を活用し、また、行政機関等と連携して、効果的に製品の安全確保に取り組む必要があります。

［基本的な考え方］

業界団体は、製品安全に関する情報を収集して会員企業に発信し、製品事故防止のための消費者啓発を行うなど、業界共通の課題解決に向けた横断的な取組を支援しています。流通事業者は、業界団体が発信する情報を入手する等、自社の製品安全に活用します。特に経営資源に制約のある中小企業にとっては、業界団体の活用が重要となります。また、流通事業者は、行政機関が発信する製品安全に関する法令・制度改正、政策動向の最新情報を収集するとともに、製品事故発生等の有事の際には、供給者とともに行政機関等と連携して対応する必要があります。

［解説］

(1) 業界団体との連携・協働

業界団体は、製品安全に関する取組を実施しており、流通事業者は、業界団体と連携・協働し、製品の安全を確保します。

〔業界団体の製品安全に関する取組〕
- ✓ 製品安全に関する法令や政策の動向等に関する情報の収集
- ✓ 同業他社の取組状況に関する情報交換
- ✓ 製品事故・リコール等に関する情報の収集
- ✓ 業界自主基準、業界自主行動計画等の策定
- ✓ 業界団体主導による教育研修の実施
- ✓ 業界団体主導による消費者啓発・情報提供　等

［業界団体との連携・協働の事例］

- 業界団体、消費者団体、研究会などが主催する勉強会等に積極的に参加して情報を収集している。［テレビ通信販売］
- 外部有識者を招いて、放送したテレビ通販番組のモニタリングを実施し、法的観点、消費者観点から審議を行う「番組内容安全審議会」を年に 2 度開催している。［テレビ通信販売］
- 消費者センターを訪問し、自社の顧客からの申し出があるか情報を収集している。また、消費者センターの相談員に対して、自社の製品安全の取組についての説明や見学会を実施している。［テレビ通信販売］
- 毎年、組合が主導する敬老の日に高齢者宅を訪問して家電製品の安全点検等を行う活動に積極的に参加している。［中小家電］
- リスクの高い製品を製造している業界団体と勉強会を開催するなど、安全性の向上を図っている。［コンビニエンスストア］

(2)第三者機関等との連携・協働

自社の経営資源（人的資源、情報資源、物的資源等）には制約があるため、必要に応じて、供給者の製品検査等に関して外部機関を活用することが効果的です。

〔第三者機関の活用例〕

- ✓ 自社の製品安全基準の策定への助言
- ✓ 取引先選定のための調査や生産工場等の監査
- ✓ 試作品等の試験
- ✓ 自社の製品安全基準への適合性を確認するための製品検査
- ✓ 取扱説明書やラベル表示の内容評価
- ✓ 製品不具合発生時の原因究明　等

［第三者機関との連携・協働の事例］

- ＮＢ製品は元より、ＰＢ製品は全て第三者機関（公的検査機関）において基準試験を実施して、適合が確認された製品のみを販売している。また、誤使用の可能性や安全性が強く求められる製品については、取扱説明書の内容を第三者に評価を依頼している。［総合スーパー］
- 法令や規格の改廃、更新等は外部の調査会社や検査機関及び通関業者等を活用して情報の収集を行っている。［家具・インテリア量販］
- 取引開始前に、第三者リサーチ機関を通じて供給会社の概要を調査している。［テレビ通信販売］
- 審査・検査業務を通じて、品質基準や試験方法、工場視察等の情報を第三者試験機関と交換している。［テレビ通信販売］
- 必要に応じて公的検査機関、独立行政法人、民間の試験センター等を活用して試験を実施している。［テレビ通信販売］

(3)行政機関等との連携・協働

流通事業者は、製品安全関連の法令等を理解し、流通事業者の責務等を履行していくことが求められます。また、製品事故やリコール対応等の緊急時には、製造・輸入事業者とともに、行政機関等と連携して対応することが重要となります。このため、流通事業者は、行政機関等が発信する製品安全に関する情報を積極的に収集します。特に、製品事故・リコール情報や、製品安全に関する法令改正、制度改正、政策動向等の最新情報、事故原因の究明結果等を入手することが求められます[35]。なお、行政機関の発信する情報を消費者に提供することも重要な取組となります。

- 経済産業省
  製品安全ガイド　製品事故検索
  http://www.meti.go.jp/product_safety/kensaku/index.html

- 消費者庁
  重大製品事故情報
  http://www.caa.go.jp/safety/index.html

- 独立行政法人　製品評価技術基盤機構（NITE）
  http://www.nite.go.jp/

- 独立行政法人　国民生活センター
  回収・無償修理等のお知らせ
  http://www.kokusen.go.jp/recall/recall.html

- 東京都
  くらしの安全情報サイト
  http://www.anzen.metro.tokyo.jp/

[35] ISO10377 の 4.4（適用され得る法律、規制及び規格）には、適用され得る法律、規制、規格の要求事項を特定、モニター、理解し遵守する旨が記載されています。

９．製品安全に関する経営資源の運用管理

９−１　人的資源の運用管理

流通事業者は、人材の育成等を実施して人材価値の向上を図るとともに、社外人材を有効に活用して自社の製品安全の向上に努めます。

［基本的な考え方］

自社の製品安全レベルの向上に向けた取組を推進するためには、製品安全に精通した人材の育成が不可欠です。特に仕入担当者の製品リスクを見分ける能力や、販売担当者の製品安全に関する知識、設置・組立等を行う作業者の技能の向上を図る必要があります。また、製品安全の知見を有した外部人材を採用することも検討します。

人材の配置に際しては、製品安全の経験やノウハウを有する人材を配置するという質的側面と、必要な人員を確保するという量的側面を考慮します。人材の活用に際しては、製品安全目標・計画に個人の業績評価を連動させるなどの取組が効果的です。また、社外人材を活用して、自社の取組を強化することが有益な手段となります。

［解説］

(1)人材の育成

自社の製品安全レベルを向上させるためには、製品安全管理担当者、仕入担当者、販売担当者、設置・組立等の担当者など製品安全に従事する人材の教育が不可欠です[36]。効果的に人材教育を行うためには、業種別に求められる人材モデルの要件を設定し、人材育成プログラム等を作成して適切な手法により人材教育を行います。

人材教育の方法としては、OJT(On The Job Training)とOFF-JT(Off The Job Training)がありますが、両者を組み合わせた教育が効果的です。OJTは、上司などの職場で培った経験等のノウハウの継承が期待され、OFF-JT は、社内外での集合研修や教育訓練を通じて製品安全に関する知識やスキル等を体系的に学習できます。また、社外人材との交流・人脈の形成等の点でもメリットがあります。人材教育にあたっては、社内資格制度や人事評価と連動させて従業員のモチベーションの向上を図る取組が効果的です。なお、製品安全全般に精通した製品安全管理担当者の育成は、時間とコストを要するため、必要に応じて、外部から専門性を有する人材を中途採用する方法も検討します。

[36] ISO10377の4.2.1（コンピテンシーと教育・訓練）には、組織は、製品安全に携わる者全てが、自らの責任を果たすために必要な教育・訓練を受け、技術的な知識と経験を有していることを確実にする旨が記載されています。

〔業種別の人材モデルと教育手法の例示〕

教育対象	求められる要件（人材モデル）	教育手法
製品安全管理担当者	製品安全に精通し、法令、政策等を含む製品安全の全体像を理解している	○業界団体・メーカー主催の勉強会、セミナー等への参加 ○専門家や政府機関職員など外部講師の勉強会等への参加
仕入担当者	製品の調達時における製品の安全性、リスクを見分ける能力や供給者の製品安全管理態勢を見分ける知識・能力を備えている	○業界団体・メーカー主催の勉強会、セミナー等への参加 ○外部講師の招聘 ○社内研修の実施 ○製品安全に関するマニュアルの付与
販売担当者	製品の販売時に消費者に対し製品安全に関する情報を適切に説明できる	○社内研修の実施 ○製品安全に関するマニュアルの付与 ○関係する資格の取得
設置・組立等の担当者	取扱説明書に沿って正しい設置・組立作業ができる 消費者に対して正しい使用方法を説明できる	○メーカーの講習会等へ参加 ○社内研修の実施 ○製品安全に関するマニュアルの付与 ○関係する資格の取得

［人材育成の事例］

- メーカーの担当者を招いて新製品に関する社内研修を月１回の頻度で実施している。また、修理部門はメーカーの技術研修会に、営業部門は商談会に積極的に参加して製品等の情報について学んでいる。［中小家電］
- 従業員の安全に関する意識を向上させるため、様々な教育･研修を実施している。社内大学を設立し、ステップアップによる資格制度を導入して従業員を育成し、また、品質管理技術者の社内認定制度を導入して知識の向上を図っている。［家具・インテリア量販］
- 販売担当者に対しては、商品設置研修を開催して製品の安全性を確保するための講義を行っている。［家電量販］
- 協力会社を含む従業員に公的資格（家電製品アドバイザー、家電製品エンジニア、電気工事士、工事担当者、ラジオ音響技能試験等）の取得を推奨し、取得者には補助金を給付している。［家電量販］
- 自社技術研修センターに製品の搬入設置・工事等の教育訓練用ハウスを開設し、自社の社員だけでなく協力会社の社員に対してもトレーニングを実施して、設置作業不備による製品事故の防止に努めている。［家電量販］
- 製品リスクを見分ける能力を高めるため、人材育成の専門部署と連携し、各階層別（販売者、バイヤー、品質管理担当者等）に教育プログラムを作成し、人材育成に力を入れている。［総合スーパー］

(2)人材の配置・活用

人材の配置にあたっては、各部門・店舗の製品安全目標や取組計画を考慮して適切な人材を配置する必要があります。その際、質的側面、量的側面の双方から人材配置の妥当性を検証することが大切です。人材の活用にあたっては、目標管理とモチベーションの向上が重要となります。部門・店舗単位での製品安全目標・取組計画を個人の目標にブレイクダウンするなど目標達成に向けた業務管理を実施して、個人の目標の達成が部門・店舗の目標の達成に連動する仕組みを整備することが効果的です。

［人材の配置の事例］

- 品質管理担当者は、仕入れや法務を担当した選りすぐりの内部人材と公務員 OB、社外コンサルタント会社からの派遣者で構成している。［総合スーパー］
- 仕入担当者と製品評価担当者の間で、定期的に人事ローテーションを実施している。［家具・インテリア量販］

(3)社外の人材の活用

社外人材の活用にあたっては、自社の製品安全の取組における課題、必要となるノウハウ等を精査した上で、その条件に適う社外人材を活用します。また、社外人材を効果的に活用するため、自社の企業風土、製品安全管理態勢に精通した社内人材と連携して業務を遂行できる環境を整備します。社外人材の活用効果は様々ですが、例えば、製品安全分野の知識・経験・ノウハウについての最新性・専門性・網羅性を有した専門家であれば、業務の遅滞を回避でき、事業者の意思決定への客観的な助言等が期待できます。

［社外人材の活用の事例］

- コンサルティング会社と契約を結び、関連法令の情報更新や製品不具合・事故情報の収集、製品安全関連の対応相談等のため社内に常駐している。［総合スーパー］

9-2　情報資源の運用管理

流通事業者は、製品安全に関する情報の入手に努め、社内外の関係者と情報を共有するとともに、適切に情報を管理して自社の製品安全活動に活用します。

［基本的な考え方］

製品安全に関する情報は、法令や技術に関する情報、消費者や供給者、行政機関等から収集する外部情報、社内で蓄積し保有する情報など様々な情報があります。流通事業者は、情報の特性に応じて、これらの情報を適切に管理する必要があります。また、収集した情報の傾向分析等を実施するとともに、供給者と情報を共有して、製品の改善・向上等に協力するなど、情報を有効に活用します。情報の適切な管理・活用により、製品安全の確保と業務の効率化を同時に実現することが可能となります。

［解説］

流通事業者は、管理すべき情報を特定し、文書保管・データ保存など適切な方法で情報を管理します[37]。

［管理が必要な情報の例示］

① 製品安全方針等に関する情報：
- ✓ 経営理念、企業行動憲章、役職員行動規範
- ✓ 製品安全方針、製品安全目標、製品安全取組計画、個人の目標と取組計画

② 製品安全の確保に関して参照すべき情報：
- ✓ 法令・通達・規格・基準・各種ガイドライン
- ✓ 政府機関、事故原因究明機関等から配信される製品安全に関する情報
- ✓ 他社製品情報、製品事故・リコール情報・裁判例
- ✓ 社外専門家・機関等の専門書・学術論文・講演内容・ニュースレター
- ✓ 業界団体等から配信される情報
- ✓ 専門誌の記事、インターネット等で得られる関連情報
- ✓ ステークホルダーから得られる技術情報
- ✓ 社内外から得られる不具合防止策に関する情報

③ 取引先選定からアフターサービスまでの各プロセスにおける記録等の情報：
- ✓ 自社の製品安全要求事項、製品安全基準に関する情報
- ✓ 取引先選定基準・評価シート等
- ✓ 取引先との売買契約、製品安全に関する合意文書・覚書等
- ✓ リスクアセスメントの結果報告書、モニターテスト・試験の結果報告書、
- ✓ 取扱説明書等に関する検証記録
- ✓ 供給者の生産実績の記録、生産設備の点検記録、製品検査のデータ・品質保証の記録、入出荷の記録
- ✓ 製品仕入に関する記録
- ✓ 製品安全に関する情報提供、広告宣伝に関する記録
- ✓ 製品販売に関する記録、顧客情報、購買情報の記録、製品の設置に関する記録
- ✓ アフターサービスに関する情報、不具合品の原因究明に関する情報
- ✓ 消費者からの問い合わせ・苦情等の情報及び経過記録・集計分析結果
- ✓ 製品事故・不具合等に関する情報、リコールに関する情報
- ✓ 供給先、生産工場等の監査結果報告書、是正措置に関する計画と実績の記録
- ✓ 製品安全に関する会議等の議事録
- ✓ 取引先等との情報交換、意見交換等の議事録
- ✓ 従業員に対する教育訓練・資格取得に関する記録
- ✓ 物的資源の投入に関する記録　等

---

[37] ISO10377 の 4.2.3（記録管理及び文書管理）には、市場における製品安全に関する全ての文書やデータを記録・管理・維持し、引き出すための手順を確立し維持することが望まれる旨が記載されています。

9-3　物的資源の運用管理

流通事業者は、製品安全の確保に必要な物的資源を適時適切に投入します。また、必要に応じて、外部の物的資源を活用します。

[基本的な考え方]

製品の安全確保に必要な検査設備・機器、分析装置、情報管理システム、物流管理システム等の物的資源を適時適切に投入します。ただし、物的資源の投入には金銭的資源が必要となることから、物的資源の投入を自社にとって必要不可欠なものに集中し、外部の物的資源を活用するという視点も重要です。

[解説]

流通事業者は、製品の安全確保に必要な物的資源を適時適切に投入する必要があります。物的資源の投入の判断にあたっては、自社にとって必要な物的資源を精査し、必要に応じて外部の物的資源の活用も視野に入れます。

流通事業者が投入すべき物的資源としては、各種情報を管理するための情報システムがあります。情報システムを構築・充実させることで、製品安全の知識やノウハウの共有や利便性の向上が図られ、業務の効率化にもつながります。また、製品安全に関するデータ分析や、消費者情報を適切に収集・管理・活用することができます。

流通事業者は、取り扱う製品の法令等への遵守状況、自社基準への適合性等を確認する必要があります。また、不具合等が発生した製品について、自社でその原因を分析して製品の改善・向上等につなげることが望まれます。このため、製品の適合性等を確認するための検査設備や、製品不具合等の原因分析を行うための分析装置等が必要となります。自社で設備等を用意できない事業者は、第三者機関に検査や原因究明を委託するなど外部の物的資源を活用します。

[物的資源の投入事例]

- トレーニングハウスと呼ぶ住宅セットを設置し、玄関、廊下、階段等のサイズや構成を自由に変えながら、製品の搬入や設置のシミュレーショントレーニングを実施できる体制を整備している。[家電量販]
- 商品性能テスト研究所を設立し、一部商品について新規導入製品が安全法規・規格を遵守していることを確認するとともに、商品性能比較テスト、操作性、安全性、耐久性の加速試験を実施している。[家電量販]
- 社内に製品検査施設を設置し、苦情・不具合・事故製品を全て回収し、技術者が原因調査を実施して将来の製品企画に反映している。[家具量販]
- 自社でＸ線・赤外線検査器を保有しており、量産発注前の試作品やサンプル品の安全性を確認している。[通信販売]

- 審査の結果や審査報告書、商品等の情報を適正に管理するために自社基幹システムを導入している。[テレビ通信販売]
- 製品安全のために、商品を適正に保管するシステムを活用している。[テレビ通信販売]
- 配送品質向上により商品安全を確保するために同梱システムを導入している。[テレビ通信販売]

9-4　金銭的資源の運用管理

流通事業者は、製品安全の確保に必要な経営資源を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入します。

[基本的な考え方]

流通事業者は、製品の安全を確保するために必要な経営資源（人的資源、物的資源、情報資源等）を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入するとともに、製品事故・不具合発生時における資金需要等に備えて金銭的資源を確保します。

[解説]

金銭的資源（資金）とは、製品安全管理態勢を整備・維持・改善するために不可欠な資源です。製品の安全を確保するためには、人的資源、物的資源、情報資源等を確保する必要があり、適時適切に金銭的資源を投入する必要があります。

また、金銭的資源は、経営資源の投入だけではなく、有事の際に財務の健全性を損なわないよう準備する側面もあります。例えば、自社の取扱製品においてリコールが行われた場合、リコールに伴う諸費用に関して製造事業者が負担するケースもありますが、当座は流通事業者が資金を用意する必要があり、場合によっては持ち出しとなるケースもあります。また、主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者は、主導的な対応が求められる場合があるため、有事の際の資金需要に備えて金銭的資源を準備しておくことが望まれます。特に事業規模が小さい事業者にとっての突然の費用の発生は、財務状況を悪化させる可能性があるので留意が必要です。

巻末

１．製品安全関連４法の指定品目とＰＳマークの表示例

製品安全関連４法では、製品を指定して技術基準を定めており、対象製品の製造・輸入事業者は、技術基準を遵守する義務（「技術基準適合義務」）が課せられています。技術基準を満たした製品には「ＰＳマーク」を貼付することができ、「ＰＳマーク」の貼付がない製品は販売又は販売目的で陳列することができません。特に安全性の確保が求められる製品（特別特定製品等、◇マーク）については、事業者の技術基準適合確認に加えて、国に登録された登録検査機関の「適合性検査」が義務付けられています。

〇消費生活用製品安全法（販売の制限）
第四条　特定製品の製造、輸入又は販売事業を行う者は、第十三条の規定により表示が付されているものでなければ、特定製品を販売し、又は販売の目的で陳列してはならない。

特　別　特　定　製　品		特別特定製品以外の特定製品	
対象製品４品目 ・乳幼児用ベッド（ベビーベッド） ・携帯用レーザー応用装置 （レーザーポインター等） ・浴槽用温水循環器 （ジェット噴流バス、24 時間風呂等） ・ライター	PS C	対象製品６品目 ・乗車用ヘルメット （自動二輪車及び原動機付自転車用ヘルメット） ・家庭用の圧力なべ及び圧力がま ・登山用ロープ ・石油給湯機 ・石油ふろがま ・石油ストーブ	PS C

※PSC は、Product Safety of Consumer Products を、略したもの。

〇ガス事業法（販売の制限）
第三十九条の三　ガス用品の製造、輸入又は販売の事業を行う者は、第三十九条の十二の規定により表示が付されているものでなければ、ガス用品を販売し、又は販売の目的で陳列してはならない。

特　定　ガ　ス　用　品		特定ガス用品以外のガス用品	
対象製品４品目 ・ガス瞬間湯沸器（半密閉燃焼式） ・ガスストーブ（半密閉燃焼式） ・ガスバーナー付ふろがま （半密閉燃焼式） ・ガスふろバーナー	PS TG	対象製品４品目 ・ガス瞬間湯沸器 （開放燃焼式、密閉燃焼式、屋外式） ・ガスストーブ （開放燃焼式、密閉燃焼式、屋外式） ・ガスバーナー付ふろがま （密閉燃焼式、屋外式） ・ガスこんろ	PS TG

※PSTG は、Product Safety of Town Gas Equipment and Appliances を、略したもの。

○液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律（販売の制限）

第三十九条　液化石油ガス器具等の製造、輸入又は販売の事業を行う者は、第四十八条の十二の規定により表示が付されているものでなければ、液化石油ガス器具等を販売し、又は販売の目的で陳列してはならない。

特定液化石油ガス器具等		特定液化石油ガス器具等以外の 液化石油ガス器具等	
対象製品７品目 ・ カートリッジガスこんろ ・ 液化石油ガス用瞬間湯沸器 （半密閉式） ・ 液化石油ガス用バーナー付ふろがま （半密閉式） ・ ふろがま ・ 液化石油ガス用ふろバーナー ・ 液化石油ガス用ストーブ（半密閉式） ・ 液化石油ガス用ガス栓	PS LPG	対象製品９品目 ・調整器 ・液化石油ガス用瞬間湯沸器 （開放式、密閉式、屋外式） ・液化石油ガス用継手金具付高圧ホース ・液化石油ガス用バーナー付ふろがま （密閉式、屋外式） ・液化石油ガス用ストーブ （開放式、密閉式、屋外式） ・液化石油ガス用ガス漏れ警報器 ・液化石油ガス用継手金具付低圧ホース ・液化石油ガス用対震自動ガス遮断器 ・一般ガスこんろ	PS LPG

※PSLPGは、Product Safety of Liquefied Petroleum Gas Equipment and Appliancesを、略したもの。

○電気用品安全法（販売の制限）

第二十七条　電気用品の製造、輸入又は販売の事業を行う者は、第十条第一項の表示が付されているものでなければ、電気用品を販売し、又は販売の目的で陳列してはならない。

特　定　電　気　用　品		特定電気用品以外の電気用品	
対象製品１１６品目 ・キャブタイヤコード ・温度ヒューズ ・差込プラグ ・コンセント ・蛍光灯用安定器 ・電気温水器 ・電気ポンプ ・ディスポーザー ・電気マッサージ器 ・直流電源装置（ＡＣアダプター） ・携帯用発電機 ・延長コードセット　　　ほか	PS E	対象製品３４１品目 ・ライティングダクト ・電気ストーブ ・電気アイロン ・電気冷蔵庫 ・電気洗たく機 ・扇風機 ・電気スタンド ・ビデオテープレコーダー ・テレビジョン受信機 ・電灯付家具 ・コンセント付家具 ・リチウムイオン蓄電池 ・エル・イー・ディーランプ　　ほか	PS E

※PSEは、Product Safety of Electrical Appliancesを、略したもの。

ＰＳマークの表示例（電気用品安全法の場合）

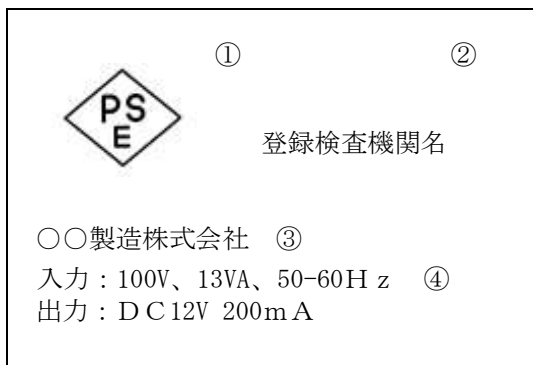
特定電気用品の表示例(直流電源装置の場合)

①　②

登録検査機関名

○○製造株式会社　③

入力：100V、13VA、50-60Ｈｚ　④

出力：ＤＣ12V 200ｍＡ

① 特定電気用品に表示が義務付けられるマーク

② 適合性検査を行った登録検査機関名又はその略称

③ 届出事業者名又はその届出した登録商標、承認された略称

注：①②③については、原則近接して表示

④ 定格等(電気用品名ごとに技術基準において記載されています。)

特定電気用品以外の電気用品の表示例(空気清浄機の場合)

①

○○製造株式会社　②

100V、42/48W、50/60Hz　③

① 特定電気用品以外の電気用品に表示が義務付けられるマーク

② 届出事業者名又はその届出した登録商標、承認された略称

注：①②については、原則近接して表示

③ 定格等(電気用品名ごとに技術基準において記載されています。)

（nite 様式-2）

取扱注意

通　知　書

（販売事業者、リース事業者、設置工事事業者、修理事業者、関係団体、地方公共団体（消費生活センター等を含む。）用）

（注）※印の欄には記入しないでください。

※管理番号	
※受付年月日	年　月　日

<table>
<tr><td>製品名
品名（ブランド名）</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>機種・型式等</td><td></td><td>生産国名：</td></tr>
<tr><td>製品に付されている表示又はマーク</td><td></td><td>取扱説明書の有無　有・無</td></tr>
<tr><td>事故発生年月日</td><td colspan="2">年　月　日　午前・午後　時頃</td></tr>
<tr><td rowspan="2">事故発生場所</td><td colspan="2">●（住所）</td></tr>
<tr><td colspan="2">（具体的場所）</td></tr>
<tr><td>被害者</td><td colspan="2">●氏　名：　性別：　男・女　●年齢：　才</td></tr>
<tr><td>火災の有無</td><td colspan="2">1.有　2.無 ｜ 一酸化炭素中毒の有無 ｜ 1.有　2.無</td></tr>
<tr><td rowspan="3">人的被害の概要</td><td colspan="2">1.死亡（　）名　2.負傷又は疾病（全治 30 日以上のもの）（　）名　3. その他軽傷又は疾患（病院治療（　）名・家庭内治療（　）名）</td></tr>
<tr><td colspan="2">1.骨折　2.打撲　3.裂傷　4.擦過傷　5.火傷　6.皮膚障害　7.視覚障害
8.聴覚又は平衡機能障害　9.嗅覚機能の障害　10.音声機能、言語機能又はそしゃく機能の障害
11.肢体不自由　12.循環器機能の障害　13.呼吸器機能の障害　14.消化器機能の障害
15.泌尿器の機能の障害　16.一酸化炭素以外の中毒（　）
17.窒息　18.感電　19.その他（　）</td></tr>
<tr><td colspan="2">☐人的被害なし</td></tr>
<tr><td>人的被害以外の被害状況</td><td colspan="2">1.製品破損の有無　有・無
2.当該製品の周辺への被害拡大の有無　有（その内容　）・無</td></tr>
<tr><td>製品の購入及び使用状況</td><td colspan="2">購入年月日：　年　月　日　使用期間：　年　ヶ月（　日）
購入先：</td></tr>
<tr><td>事故内容</td><td colspan="2">（詳細を記述してください。別紙に記載していただいても結構です。）</td></tr>
<tr><td>事故原因
（貴所における所見）</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>●被害者の要望</td><td colspan="2">1.被害金額の弁償　2.製品交換　3.修理・点検　4.引き取り（代金返済）　5.慰謝料
6.調査・原因究明　7.謝罪（他になし）
8.その他（　）</td></tr>
<tr><td rowspan="2">製造事業者等の名称及び所在地</td><td colspan="2">（名称）：
（業種）１.製造事業者　２.輸入事業者　3.発売元　4.その他</td></tr>
<tr><td colspan="2">（所在地）：
（電話番号）：
●（担当者氏名）：</td></tr>
<tr><td rowspan="2">通知書作成者</td><td colspan="2">（名称・機関名）　（氏名）
e-mail：</td></tr>
<tr><td colspan="2">（住所）　（電話番号）：
（ＦＡＸ）：</td></tr>
</table>

（備考）この用紙の大きさは、日本工業規格 A4 とすること。

（注）・通知に当たっては、原則として本様式によりますが、他の様式でも上記項目が網羅されていれば、本通知書に替えることができます。また、●印の項目の記載（住所については町村以下の部分に限る。）は、独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律（平成１３年法律第１４０号）に基づく開示請求があった場合においても原則不開示としますが、既に公表されているものについては開示されます。

年　　月　　日

製品リコール開始の報告書

経済産業省商務情報政策局製品安全課長　殿

事業者名：

報告者の役職及び氏名：

下記の製品について、リコール（点検・修理・回収等）を行うこととしましたので、報告します。

１．製品名（品名（ブランド名）を含む。）

(1)製品名

(2)JAN(EAN)コード

(3)原産国及び製造事業者（※1）

２．機種、型番、製造番号

３．製造期間（輸入期間、販売期間）、製造台数（輸入台数、販売台数）、対象台数

４．リコールに至る経緯

５．リコールの対策内容（具体的に記載すること。）

６．対策開始予定年月日

７．当該製品使用者及び販売者に対する周知方法

８．記者発表等の有無

９．本件の連絡先(※２)

(※１) (3)製造事業者が委託の場合、委託先の名称等をご記入ください。

(※２) 当室から問い合わせ等させていただく際の窓口、ご担当者をご記入ください。

年　　月　　日

製品リコール進捗状況の報告書

経済産業省商務情報政策局製品安全課長　殿

事業者名：

報告者の役職及び氏名：

　　年　　月　　日に製品リコール開始の報告書を提出しましたが、その後の当該製品のリコール（点検・修理・回収等）の進捗状況を下記のとおり報告します。

記

１．製品名（品名（ブランド名）を含む。）

(1)製品名

(2)JAN(EAN)コード

(3)原産国及び製造事業者(※１)

２．機種、型番、製造番号

３．対象台数、対策開始日

４．リコールの対策済台数（　　年　　月　　日現在）

５．進捗率

６．その他（リコール実施方策等）(※２)

７．本件の連絡先(※３)

(※１）(3)製造事業者が委託の場合、委託先の名称等をご記入ください。

(※２)前回報告時以降、新たに実施・追加された対策等がありましたらご記入ください。(日付含む)

(※３)当室から問い合わせ等させていただく際の窓口、ご担当者をご記入ください。

２．流通事業者の製品安全の取組に関するチェックリスト

このチェックリストは、本文に記載された文章を要約し、取り組むべき内容をリスト形式としたものです。

本チェックリストは、本文の記載内容を網羅的に確認したり、共通指針において自社が取り組むべき事項を取捨選択する際に活用するとともに、現状における自社の製品安全の取組状況を確認するなどに活用されることを想定しています。

Ⅰ．安全原則

安全原則［基本方針］は、全ての流通事業者が製品の安全を確保する上で認識すべき事項を記載しています。

［基本方針］

製品安全における流通事業者の社会的責任

- ❑ 製品安全における流通事業者の社会的責任を認識し、製品事故の未然防止・被害の拡大防止に努めている
- ❑ 製品安全管理態勢を整備・維持・改善し、自社における製品の安全確保が実現可能な状態としている
- ❑ ステークホルダー（事業者、消費者、行政等）とのコミュニケーションの充実を図り信頼関係を醸成している
- ❑ 製品の安全を確保するための経営資源（人的資源、情報資源、物的資源、金銭的資源）を適時適切に投入している

安全原則［行動原則］は、基本方針を実現するために、全ての流通事業者が実施すべき事項を記載しています。

［行動原則］

１．　製品安全に関する経営者の責務

- ❑ 製品安全に関する経営者の責務を認識し、経営者自らが率先して製品の安全確保に取り組んでいる
- ❑ 製品安全を重視する企業姿勢を社内外に表明している
- ❑ 全役職員が能動的に製品安全の確保に取り組むよう統制を図っている
- ❑ 製品安全を重んじる企業文化・企業風土を醸成している
- ❑ 製品事故等の有事の際に、自らリーダーシップを発揮して迅速かつ適切な判断を行っている

２．製品安全に関する方針・目標・計画の策定

- ❑ 自社の経営理念等を踏まえた上で、自社の「製品安全方針」を定めて明文化し、全役職員に方針を周知徹底している、また、社外にも宣言している
- ❑ 方針を具現化するための「製品安全目標」を設定している
- ❑ 目標を達成するための具体的な「取組計画」を作成している

３．製品安全に関する組織体制の整備

- ❑ 自社の製品安全方針・目標・計画を実現するための組織体制を整備している
- ❑ 組織を横断する意思決定メカニズムが明確となっている
- ❑ 組織機能を強化するため、常に組織のあり方を検証し、見直しを行っている

４．製品安全に関する業務フローにおける取組

- ❑ 業務フローの各プロセス（供給者の選定、製品の企画・設計・生産、仕入、販売アフターサービス等）における製品の安全確保に重要な管理点を特定し、実施すべき取組と関係者の役割・権限を明確にしている
- ❑ ステークホルダーとの連携・協働により、各プロセスにおけるトレーサビリティを高める努力をしている

５．製品安全に関する自己評価・監査・是正の実施

- ❑ 自社の製品安全目標・計画の達成状況等を検証するため、定期的に自己評価を実施している
- ❑ 自社の製品安全活動の効果を検証するため、定期的に内部監査を実施している
- ❑ 自己評価や内部監査で発見した課題や是正事項を検証し、自社の製品安全活動の改善につなげている

Ⅱ. 共通指針

共通指針は、安全原則を実現するために必要な具体的な製品安全の取組を業務フローごとに記載しています。共通指針には、ＮＢ製品・ＬＢ製品を供給者から仕入れて消費者に販売する流通事業者が取り組むべき事項に加え、ＰＢ製品を取り扱うなど、主体的に製品の企画・設計・生産に関与する流通事業者が取り組むべき事項も記載しています（青字の取組）。

各業界団体は、それぞれの業界の特色を踏まえた上で、業界としての製品安全の取組を業界の個別指針として策定し、流通事業者の取組を支援することが望まれます。

また、流通事業者は、自社の取扱製品・販売形態・事業規模等を勘案し、共通指針の中から、自社の製品安全の確保に必要な取組を取捨選択し、また、追加して自社の個別指針を策定します。

共通事項

- ❑ 自社の取扱製品・販売形態・事業規模等を勘案し、製品の企画・設計・生産における安全確認の関与の基本方針を決定している
- ❑ 製品安全確保の関与の基本方針を決定するにあたり、供給者および製品のリスク分析を行っている

1．供給者の選定における製品安全確保の取組

1－1　製品安全要求事項と製品安全基準の策定

- ❑ 自社の製品安全方針・目標を踏まえた「製品安全要求事項」を決定している
- ❑ 自社の「製品安全基準」を設定している

1－2　供給者の評価・選定

- ❑ 供給者の選定にあたって、供給者の評価を行っている
- ❑ 選定にあたっての選定基準と評価を定めている
- ❑ 供給者の製品安全管理態勢全般にわたって評価を行っている
- ❑ 調達を予定する製品が法令や自社の基準を満たした製品であることを、供給者から検査記録・データ、書面等を入手して確認している
- ❑ 製品のリスク特性を踏まえ、新技術、新素材等を用いた製品や海外工場が生産した製品等について、厳格な確認を行っている
- ❑ 製品安全に関する供給者と流通事業者の役割を明確するための覚書や契約を締結している

（主体的に製品の企画・設計・生産に関与している流通事業者）

- ❑ 供給者の生産工場の現地調査を行っている
- ❑ 調査にあたって工場調査票や工場認定基準を作成している
- ❑ 必要に応じて、供給者の調達先の管理態勢を評価している

２．製品の企画・設計・生産における安全確保の取組

２－１　製品のリスクアセスメントの実施

（主体的に製品の企画・設計・生産に関与している流通事業者）

- ❑ 製品の企画・設計・生産段階において、流通事業者自らがリスクアセスメントを実施しあるいは供給者が行うリスクアセスメントに関与し、製品のリスクが社会的に許容できる範囲に低減されていることを確認している
- ❑ 試作品のサンプル検査、試験等に関与している

（製品の企画・設計・生産への関与が小さい流通事業者）

- ❑ 製品の調達を検討する段階において、調達する製品のリスクが社会的に許容できる範囲に低減されていることを確認している（供給者からリスクアセスメント実施報告書等の提出を求める等）

２－２　供給者の製品検査工程への関与

（主体的に製品の企画・設計・生産に関与している流通事業者）

- ❑ 供給者の評価・選定の際に、供給者が適切な製品検査工程を構築していることを確認している
- ❑ 供給者との契約の際に、予め供給者との間で検査項目、検査方法、判定基準等について合意している
- ❑ 自社で工場出荷前の製品検査を実施している、または、検査の一部あるいは全部を第三者機関に委託している
- ❑ 検査の結果、不適合品が発見された場合は、不適合の内容を確認した上で、供給者に対して原因を究明し必要な是正措置を行うよう要求している

３．製品仕入における安全確保の取組

３－１　納入品の安全確認

- ❑ 納入された製品が、製品発注時に要求した自社の製品安全基準を満たしていることを、供給者から検査記録・データ、書面等、場合によっては第三者機関の検査証明書等を入手し確認している
- ❑ 必要に応じて、現品のサンプル検査等を行っている
- ❑ 必要に応じて、第三者の検査機関等に検査を依頼している
- ❑ 帳票等の書類確認や検査の結果、不適合品が発見された場合は、不適合の内容を確認した上で、供給者に対して原因を究明し必要な是正措置を行うよう要求している
- ❑ 必要に応じて、製品に同梱される取扱説明書や製品本体に表示されるラベル等について、記載内容の適切性を確認し、供給者に改善を要求している

３－２　供給者に対する継続的な監査等の実施

- ❑ 定期的に供給者に対して監査を実施して、供給者の製品安全管理態勢が維持されていることを評価している
- ❑ 監査の結果、供給者の取組に是正事項があった場合は改善を要求し、改善が不十

分であった場合は取引を停止し、製品の安全を確保できないと判断した場合は取引の解除を含めた対応を検討している

- ❑ 一連の監査手順を、供給者との契約締結の条件に入れている

（主体的に製品の企画・設計・生産に関与している流通事業者）

- ❑ 定期的に生産工場に対して現地調査を実施して、生産工場の生産体制が維持されていることを確認している
- ❑ 調査の結果、生産工程等に問題があった場合は、供給者に改善を要求している

4．製品の物流における安全確保の取組

- ❑ 仕入物流において、供給者や物流事業者との役割を明確にした上で、製品の　運搬・保管のプロセスに関与している
- ❑ 仕入物流において、供給者や物流事業者と製品物流計画についての理解を共有している
- ❑ 製品事故・不具合発生の際に、自社の在庫品の中から該当製品を特定、識別できるよう、供給者にトレーサビリティを確保するための対応を求めている
- ❑ 物流プロセスにおける製品の安全を確保するため、必要に応じて、製品の梱包仕様、輸送手段、輸送経路等における注意事項を供給者、物流事業者に伝達している

5．製品販売における安全確保の取組

5－1　製品安全情報の消費者への提供

- ❑ 製品の正しい使用方法、注意事項、保証やアフターサービスの内容、製品不具合発生時の対応等、製品安全に関する情報を消費者に提供している
- ❑ 店頭販売において、製品の販売時に購入者に製品安全情報を正しく説明している
- ❑ 店頭ＰＯＰ・ポスター・チラシ・製品カタログや自社のウェブサイトあるいは情報誌等の媒体を有効に活用して製品安全情報を消費者に発信している
- ❑ 高齢者や障がい者などにも配慮して製品安全情報を伝達している

5－2　販売時における製品の安全確認

- ❑ 製品の抜き取り検査によって製品の安全確認を行っている
- ❑ 製品安全関連４法に基づき、製品に正しくＰＳマークが貼付されていることを確認している【法的義務】
- ❑ 長期使用製品安全点検制度の対象製品に関して、所有者に製品を引き渡す際に、製品に同梱されている所有者票の記載内容を説明している【法的義務】
- ❑ 長期使用製品安全表示制度の対象製品（扇風機、換気扇、エアコン、全自動洗濯機、二層式洗濯機、ブラウン管テレビ）に「製造年」「設計上の標準使用期間」等が正しく表示されていることを確認している
- ❑ 目視確認等によって不具合等を発見した場合は、供給者に連絡して原因を調査し、調査の結果、製品の安全性に影響を及ぼすと判断される場合は、供給者等による対策が実施されるまで製品の販売を停止している

5－3　顧客情報の把握・管理

- ❑ 自社の販売形態や取り扱う製品のリスク特性を踏まえ、可能な範囲で、顧客情報（氏名、住所等）、製品購入履歴等を把握している
- ❑ 把握した顧客情報等を更新する工夫を行っている

5－4　製品の設置・組立

- ❑ 製品の設置・組立が必要な製品について、適切な作業を実施できる体制を整備している、または、作業を他の業者に委託する場合には適切な指示を行っている
- ❑ 設置作業者は、作業終了後、使用者に製品を安全に使用するための注意事項等の説明を行っている
- ❑ 店頭で組み立てが必要な製品について、正確な作業ができる体制を整備している
- ❑ 消費者が自ら設置・組み立てる製品について、作業上の注意事項を正しく説明して、作業時の安全を確保している

６．アフターサービスにおける製品安全確保の取組

6－1　消費者からの問い合わせ・相談・苦情等への対応

- ❑ 消費者からの製品に関する問い合わせ・相談・苦情、製品事故・不具合等に対応するための基本方針を定めている
- ❑ 消費者からの問い合わせ等に対して、受付から解決までの一連のプロセスに対応する体制を整備している
- ❑ 製品事故・不具合等に関する情報を、迅速かつ適切に収集する体制を整備している
- ❑ 情報収集にあたっては、製品不具合の兆候を可能な限り把握する観点から、いわゆるヒヤリハット情報や他社の類似製品の事故事例等を幅広く収集している

6－2　消費者情報の整理・共有・活用

- ❑ 収集した情報を使用目的に併せて検索・使用できるよう一元的に管理している
- ❑ 消費者の苦情対応や製品不具合情報の収集に携わる部署の役割と権限を明確にし、情報が関係者に迅速に伝達する体制を整備している
- ❑ 収集した情報を適切な方法で分類・整理して、目的に合わせて使用できるよう管理している
- ❑ 情報の用途、目的、分析評価方法等を明確にして、情報の傾向分析等を行っている
- ❑ 収集した情報や情報の分析結果等を供給者に提供して、供給者の製品の改善・向上に協力している

6－3　製品の保守・点検・修理等を実施する体制の整備

- ❑ 適用される法令・制度、製品特性を踏まえ、アフターサービス（製品の保守・点検・修理等）を実施する体制を整備している
- ❑ アフターサービスによって得られた故障等の情報の傾向分析等を行い、社内各部門または供給者に提供することにより製品の改善・向上に協力している
- ❑ 製品の定期点検や修理等のために顧客宅を訪問した際に、製品に関する適切な助

言等を行っている

- ❑ 保証制度を製品の安全確保のための有効なツールとして活用している

7．製品事故・製品不具合発生時の取組

7－1　製品事故・不具合時への対応

- ❑ 製品事故・不具合発生時に迅速かつ適切に対応できる社内体制を整備している
- ❑ 経営者がリーダーシップを発揮して、製品事故・不具合に対応している
- ❑ 製品事故やリコールに関する情報を収集し、顧客等への情報提供に努めている【法的責務】
- ❑ 有事を想定した教育や訓練を実施して、役職員の危機対応能力の向上を図っている
- ❑ 重大製品事故の発生を知ったときは、該当製品の製造事業者又は輸入事業者に報告している【法的責務】
- ❑ 非重大製品事故の発生を知ったときは、最寄りのNITEに報告している【責務】

7－2　製品リコールへの対応

- ❑ 製造事業者･輸入事業者が実施するリコールに積極的に協力している【法的責務】
- ❑ リコール対応を想定した社内体制（リコール実施の手順、社内での情報伝達経路、意思決定の体制等）を整備している
- ❑ リコールの連絡を受けた場合は、対象製品を迅速に店頭から撤去し、販売を中止している
- ❑ 顧客情報等を活用してリコール対象製品の所有者に直接連絡（ダイレクトメール、電話連絡等）できる体制を整備している
- ❑ 直接連絡できない場合は、リコール情報を店頭掲示や自社のウェブサイト等において発信している
- ❑ 緊急回収等が必要な場合に、（守秘義務契約を交わした上）リコール製品の販売状況、顧客情報、修理履歴等の情報を供給者へ提供している
- ❑ 製品の回収状況等の情報を供給者と共有し、必要な追加対策に協力している

（主体的に製品の企画・設計・生産に関与している流通事業者）

- ❑ 流通事業者自身による主導的なリコール対応ができる体制を整備している
- ❑ リコールを実施する場合、事前に経済産業省に相談し、リコールに関する開始の報告や進捗状況の報告を行っている

7－3　事故原因の究明と再発防止

- ❑ 製品事故･不具合情報について、消費者から事故等の状況を可能な限り具体的に聴取している
- ❑ 製品事故･不具合情報について、供給者やNITE等の事故原因究明機関に報告して、事故の原因究明、是正措置の実施に協力している
- ❑ 供給者から原因究明の結果や是正措置等の内容についての報告を求め、自らも是正措置等の妥当性を検証している
- ❑ 供給者の原因究明の結果や是正措置等の内容が不十分であった場合は、供給者に

追加の対応を求めている

- ❑ 製品事故等の情報や原因究明の結果等を消費者に提供して注意喚起を行っている

（主体的に製品の企画・設計・生産に関与している流通事業者）

- ❑ 製品事故・不具合等の原因究明・是正措置を主導的に実施し、被害の拡大防止・再発防止に努めている

８．ステークホルダーとの連携・協働

８－１．製造・輸入事業者、設置・修理事業者等との連携・協働

- ❑ 製品の安全性を確保するため、また、製品事故等の有事に備えるため、平時から取引先等とコミュニケーションを図り、信頼関係を構築している
- ❑ 定期会議や、情報交換会の開催等を通じて、取引先等と製品安全に関する情報を共有している
- ❑ 合同説明会の開催等を通じて、取引先等に自社の製品安全に関する取組についての理解を醸成している
- ❑ 講習会や勉強会等を通じて、取引先等の啓発や製品安全教育を行っている
- ❑ 取引先等の取組を促すため、取引先等を評価する仕組みを構築している（感謝状の贈呈、表彰等）
- ❑ 取引先等に対して製品の安全向上策を提案するなどの働きかけを行っている
- ❑ 製品事故等の有事の際に、取引先と綿密な連携・協働を図るため、取引先等からの依頼事項等を平時から確認している

８－２．消費者との連携・協働

- ❑ 消費者が理解し易い内容と方法で、多様な媒体を通じて積極的に製品安全情報を発信している
- ❑ 消費者から積極的に苦情、製品事故・不具合等の情報を収集するために、受付窓口の明確化、受付手段の多様化を図っている

８－３．業界団体、外部機関、行政機関等との連携・協働

- ❑ 業界団体が発信する製品安全に関する情報の収集、業界団体が主催する勉強会やセミナーへの参加など業界団体を積極的に活用している
- ❑ 取引先工場の調査や製品検査等に関して、必要に応じて外部機関を活用している
- ❑ 行政機関等が発信する製品安全に関する情報を積極的に収集している

９．製品安全に関する経営資源の運用管理

９－１．人的資源の運用管理

- ❑ 人材モデルの要件、人材育成プログラムを策定し、製品安全に精通した人材を育成している
- ❑ OJTとOFF-JTを組み合わせた人材教育を実施している
- ❑ 製品安全管理担当者だけでなく、仕入担当者、販売担当者、製品の設置・組み立

て等の作業者に対して、各種セミナー・勉強会等への参加、関係資格の取得奨励など、製品安全教育を行っている

- ❑ 各部門・店舗の製品安全目標や取組計画にもとづいて、質的側面と量的側面を考慮して適材適所で人材を配置している
- ❑ 個人の目標管理やモチベーションの向上を図りながら有効に人材を活用している
- ❑ 必要に応じて製品安全の知見を有する人材の中途採用を行っている
- ❑ 外部の専門家など社外人材を有効に活用している

９－２．情報資源の運用管理

- ❑ 情報を有効に活用するため、管理すべき情報（文書管理を含む）を特定し、情報の特性に応じて適切な方法で管理している
- ❑ 製品安全確保に向けて、情報を供給者と共有している

９－３．物的資源の運用管理

- ❑ 製品の安全確保に必要な物的資源（製品検査設備・器機、情報管理システム、教育訓練設備等）を適宜適切に投入している
- ❑ 必要に応じて外部の物的資源を活用している

９－４．金銭的資源の運用管理

- ❑ 人的資源、情報資源、物的資源を確保するため、金銭的資源を適時適切に投入している
- ❑ 製品事故、リコール等の有事における資金需要に備えて、金銭的資源を確保している

3. 用語の定義

安全

受容できないリスクがないこと。[ISO10377：2013]

消費者

資産、製品又はサービスを私的な目的で購入又は使用する、一般社会の個々のメンバー。[ISO10377：2013]

ステークホルダー(stakeholder)

組織の何らかの決定又は活動に利害関係をもつ個人又はグループ[ISO 26000 ： 2010]

サプライチェーン(supply chain)

組織に対して製品又はサービスを提供する一連の活動又は関係者[ISO 26000 ： 2010]

製品の設計、製造、輸入、供給及び販売のネットワーク［ISO10377：2013]

トレーサビリティ（traceability)

製品又は部品を消費者へのサプライチェーンの特定の段階に追跡できること、また、履歴、適用、所在をさかのぼって追跡できること［ISO10377：2013]

欠陥

当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造事業者が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていること[製造物責任法 第二条 第二項]

リスク(risk)

危険の発生確率及びその危害の程度の組合せ［ISO10377：2013]

リスクアセスメント(risk assessment)

リスクの分析及びリスクの評価からなるすべてのプロセス[ISO/IEC Guide 51: 1999]

製品リコール

製品に関する消費者の健康と安全の問題に対処するために、製造後にとられるあらゆる是正措置のこと［ISO10377：2013]

是正措置

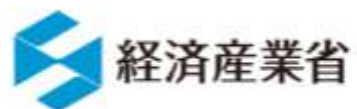
危害の潜在性を除去し、リスクを削減するためのあらゆる活動［ISO10377：2013]

4. 流通事業者による製品安全への取組に係る検討委員会　委員名簿

本ガイドは、経済産業省の委託事業 平成２４年度 商取引適正化・製品安全に係る事業（製品安全への取組に関する調査研究）における「流通事業者による製品安全への取組に係る検討委員会」において取りまとめられました。

（委員）

小豆澤　幸照	日本百貨店協会　常務理事
大河内　美保	主婦連合会　参与
加藤　敏	大手家電流通懇談会　事務局
加藤　弘貴	財団法人　流通経済研究所　専務理事
北原　國人	全国電機商業組合連合会　会長
北原　一	株式会社 イトーヨーカ堂 ＱＣ室 衣料・住居担当総括マネジャー
清水　きよみ	公益社団法人消費者関連専門家会議　事務局長
高杉　和徳	製品安全コンサルタント 日科技連Ｒ－Ｍａｐ実践研究会第４研究分科会 主査
東郷　洋一	一般財団法人製品安全協会　専務理事
長田　三紀	全国地域婦人団体連絡協議会　事務局次長
中村　真輔	日本生活協同組合連合会 通販本部 通販事業管理部 品管１グループ
万場　徹	公益社団法人　日本通信販売協会　常務理事　事務局長
三浦　佳子	消費生活コンサルタント
三上　喜貴	長岡技術科学大学　システム安全系　教授
向殿　政男	明治大学　理工学部　情報科学科　教授
村田　秀樹	株式会社カインズ　品質管理部　メーカー開発サポートグループ グループマネジャー
山本　修	独立行政法人製品評価技術基盤機構　製品安全センター　所長
若井　博雄	一般財団法人　日本規格協会　普及事業本部　担当部長

（五十音順、敬称略）

【問い合わせ先】

経済産業省　商務流通保安グループ　製品安全課

〒100－8901

東京都千代田区霞が関１丁目３番１号

ＴＥＬ　０３－３５０１－４７０７

ＦＡＸ　０３－３５０１－６２０１